

MODA VE TASARIM MERKEZİ FİZİBİLİTE ETÜDÜ

Mart, 2015

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
1. PROJENİN TANIMI, KAPSAMI, AMAÇ VE HEDEFLERİ	1
1.1. Proje Tanımı ve Üretilecek Hizmetin Kapsamı.....	1
1.2. Amaç ve Hedefler	6
2. EKONOMİK İNCELEME VE DEĞERLENDİRME	7
2.1. Ekonomik Gelişmeler	7
2.1.1. Dünya Ekonomisindeki Gelişmeler ve Beklentiler.....	7
2.1.2. Türkiye Ekonomisindeki Gelişmeler ve Beklentiler	9
2.2. Sektörün Tanımı ve Kapsamı	12
2.3. Hizmetin (Ürünün) Tanımı	14
2.4. Sektörel Mevzuat ve Teşvik Durumu	16
2.4.1. Sektörel Örgütlenme.....	16
2.4.2. Tasarım Strateji Belgesi	16
2.4.3. Moda Tasarım Hukuku	17
2.4.4. Teşvik Durumu ve Sektöre Yönelik Kümeleme	18
2.5. Dünyada Moda Tasarım Merkezleri ve Eğitimi	19
2.6. Türkiye de Moda Tasarımı	21
2.6.1. Sektörel Arz Durumu	22
2.6.2. Sektörel Talep Durumu.....	25
2.7. Hazır Giyim Sektörü	29
2.7.1. Dünya Hazır Giyim Sektörü	29
2.7.2. Hazır Giyim Sektörünün Yapısı	31
2.7.3. Türkiye’de Hazır Giyim	34
2.8. Hizmetlerin Satış Fiyatı ve Koşulları	38
2.9. Moda ve Tasarım Merkezi’nin Diğer Kurumlarla İşbirliği Olanakları ve Öneriler 39	
2.10. Satış ve Rekabet Olanakları	43
2.11. İşletmeci Firmanın Faaliyetleri	48
2.12. Öngörülen Kapasite Kullanım Oranları	48
3. TEKNİK İNCELEME VE DEĞERLENDİRME	49
3.1. Kuruluş Yeri Fiziksel ve Coğrafi Özellikler:	49
3.2. Teknik Analiz ve Tasarım	49
3.3. Alternatif Teknolojilerin Analizi ve Teknoloji Seçimi	50
3.4. Proje Yönetimi ve Uygulama Programı	50

3.4.1. Proje Ortağı ve Yürütücüsü Kuruluş	50
3.4.2. Teknik Kapasite	51
3.4.3. Projenin Uygulaması-Faaliyet Planı	53
3.5. Organizasyon Yapısı	53
3.5.1. İnsan Gücü İhtiyacı ve Öngörülen Giderler	54
3.6. Yatırım Maliyeti	55
3.6.1. Arsa - Arazi Giderleri	55
3.6.2. Etüt, Proje, Mühendislik ve Kontrol Giderleri :	56
3.6.3. Lisans ve Eğitim Giderleri:	56
3.6.4. İnşaat Giderleri:	57
3.6.5. Makine Cihaz Giderleri	58
3.6.6. Yardımcı Makine Ekipman:	59
3.6.7. Web Sayfası tasarımı ve Kurulumu:	60
3.6.8. Taşıma ve Sigorta Giderleri	60
3.6.9. Montaj Giderleri	60
3.6.10. Demirbaş-Tefriş ve Möble Giderleri:	60
3.6.11. İşletmeye Alma Giderleri	61
3.6.12. Genel Giderler	61
3.6.13. Beklenebilecek Farklar	61
3.7. İşletme Dönemi Giderleri	62
3.7.1. Hammadde ve Yardımcı Madde Giderleri.	62
3.7.2. İşletme Malzemesi Giderleri	62
3.7.3. Elektrik Giderleri	63
3.7.5. Yakıt Giderleri	63
3.7.6. İşçilik ve Personel Giderleri	63
3.7.7. Bakım-Onarım Gideri	64
3.7.8. Genel Giderler	64
3.7.9. Beklenebilecek Farklar Giderleri	65
3.7.10. Pazarlama Giderleri	65
4. MALİ İNCELEME VE DEĞERLENDİRME	71
4.1. Mali Değerlendirmeye Yönelik Varsayımlar	71
4.2. Yatırımın Finansman İhtiyacı ve Kaynakları	72
4.3. Proforma Gelir ve Giderler	73
4.4. Proforma Nakit Akımları	73
4.5. Proforma Maliyetler	74
4.6. Amortisman Hesabı	74
4.7. Net Bugünkü Değer ve Geri Ödeme Süresi	75

5. RİSK DEĞERLENDİRMESİ	76
Duyarlılık Analizi.....	76
6. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	77
EKLER	79

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Tam Kapasitede Üretilebilecek Hizmetler	6
Tablo 2: Dünya Ekonomisi ile İlgili Ana Göstergeler (% değişim)	8
Tablo 3: Türkiye Ekonomisi İçin Önemli Göstergeler	11
Tablo 4: Moda ve Tasarım Merkezi Faaliyetlerinin Sınıflandırması	14
Tablo 5: Fizibilite Konusu Hizmetler ve Yıllar İtibariyle Gerçekleşme Durumu	15
Tablo 6: Türkiye Tekstil Ürünleri ve Giyim Eşyası Dış Ticareti – Milyon USD	35
Tablo 7: Bursa Tekstil ve Giyim Eşyası Dış Ticareti – Bin USD.....	36
Tablo 8: Moda ve Tasarım Merkezi Hizmetlerinin Satış Fiyatları	38
Tablo 9: Moda ve Tasarım Merkezi İçin Öngörülen Ekonomik KKO	48
Tablo 10: Tam Kapasitede Yıllar İtibariyle Üretilebilecek Hizmetler	52
Tablo 11: Yatırım Termin Planı	53
Tablo 12: Proje Koordinasyonu	54
Tablo 13: Projenin Yürütülmesinde alışan Personel ve Proje alışmaları.....	54
Tablo 14: Tam Kapasitede alışacak Toplam Personel Sayısı ve Nitelikleri	55
Tablo 15: Kapalı Net Alan	58
Tablo 16: Toplam Yatırım Tutarı ve Yıllara Dağıımı Tablosu (TL)	62
Tablo 17: Tam Kapasitede Yıllık İşletme Giderleri (TL)	66
Tablo 18: Tam Kapasitede Yıllık İşletme Gelirleri (TL)	69
Tablo 19: Tam Kapasitede Yıllar İtibariyle İşletme Gider ve Gelir İcmali.....	69
Tablo 20: Tam Kapasitede Yıllar İtibariyle İşletme Sermayesi İhtiyacı (TL)	70
Tablo 21: Toplam Finansman İhtiyacı ve Kaynakları Tablosu (TL).....	72
Tablo 22: Proforma Gelir Tablosu (TL).....	73
Tablo 23: Proforma Nakit Akım Tablosu (TL)	73
Tablo 24: Maliyet Tablosu (TL).....	74
Tablo 25: Amortisman Tablosu (TL)	74
Tablo 26: Finansal Değerlendirme Sonuçları	75
Tablo 27: Risk Analizi Sonuçları.....	76

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Bursa'daki OSB'ler ve DOSAB'ın Konumu	49
Şekil 2: BUTEKOM Organizasyon Şeması.....	51
Şekil 3: BUTEKOM Personeli Eğitim Durumuna Göre Dağılımı.....	51

1. PROJENİN TANIMI, KAPSAMI, AMAÇ VE HEDEFLERİ

1.1. Proje Tanımı ve Üretilecek Hizmetin Kapsamı

Proje başvuru sahibi kuruluşun Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (UHKİB) ve proje ortağının/yürütücüsünün Uludağ İhracatçı Birlikleri Bursa Tekstil ve Konfeksiyon, Teknoloji, Eğitim, Araştırma, Danışmanlık ve Enerji Verimliliği Hizmetleri Limited Şirketi (BUTEKOM) olması beklenmektedir. Fizibilite konusu yatırım fiziki olarak BUTEKOM'un yürütücülüğünü üstlendiği halen yatırım süreci devam eden Teknik Tekstil Mükemmeliyet Merkezi (TTMM) bünyesinde gerçekleştirilecek ilâve bir yatırım olarak değerlendirilmiş ve yatırım tutarı, gelir gidere ilişkin tüm değerlendirmeler TTMM'nden bağımsız olarak irdelenmiştir. Dolayısı ile yatırımın kârlılığı sadece Moda ve Tasarım Merkezi yatırımına ait olup, TTMM faaliyetlerinden bağımsız hesaplanmıştır.

Proje konusu "Moda ve Tasarım Merkezi" içinde seminer, trend araştırmaları, pazar araştırmaları, ürün tasarım faaliyetleri, trend alanı tasarım hizmeti, kısa süreli ve dönemsel sektör eğitimleri ve proje yürütücülüğü ana başlıkları altında bir dizi faaliyetin yerine getirilmesi planlanmıştır. Aşağıda proje kapsamında gerçekleştirilecek hizmetler ayrıntılı biçimde tanımlanmış ve içerikleri verilmiştir.

- 1. Seminer Hizmetleri:** UHKİB ve BUTEKOM bünyesinde yapılan destek eğitimleri geliştirilerek burada devam edecektir. Bu hizmet kalemi merkezin oluşturulması ile hemen devreye girecek olup, sektörün bu merkezi tanınmasında ve sektöre ait bir veri tabanının (katılımcı bilgileri vasıtasıyla) oluşması sağlanacaktır. Seminerler daha çok yarım yada 1-2 günlük programlar halinde gerçekleştirilecektir. Bu programların içeriği moda ve tasarım konusunda güncel bilgilendirmelerin yapıldığı konular olacaktır. Her programda hedeflenen katılımcı sayısı ortalama 40-50 dir. Bu hizmet kapsamında verilebilecek örnek seminer konuları ve süreleri aşağıda verilmiştir:

Seminerin Adı	Süre
Photoshop CS6 Eğitimi	2 gün
Maliyetlendirme ve Fiyatlandırma	1 gün
Tasarımcılar İçin Moda Tasarım ve Yeni Trendler Eğitimi	1 gün
Hazır Giyim Sanayinde Tasarım ve Koleksiyon Yönetimi	1 gün
Drapaj Eğitimi	2 gün
Yurtdışında Markalaşma ve Pazar Araştırması	1 gün
Kalıp Eğitimi	2 gün

Maliyetlendirme ve Fiyatlandırma	1 gün
Hazır Giyim ve Konf. Sektöründe Yeni Trendler, Yeni Akımlar ve Akımlardan İham Alma	2 gün
Photoshop CS6 Eğitimi	1 gün
MAC	1 gün
Baskı Boyaları	1 gün
Dijital Baskı Sistemlerinde Son Gelişmeler ve Kullanılan Yazılımlar	1 gün
Rekabet Gücünde Tasarımın Rolü, Tasarım Kavramı ve Tasarımı Etkileyen Faktörler	1 gün
Tasarım ve Tasarımda Kullanılan Hammadeler, 2014 Heimtextile Trendler	1 gün

2. Trend Araştırmaları, İzleme ve Raporlama Hizmetleri: Üç ana grupta toplanan hizmetler sözkonusu olacaktır:

- Moda Trendlerinin Araştırılması Hizmeti:** Dünya moda trend araştırmacılarından bilgileri toplanarak gelecek iki yıl için eğilim çizelgeleri hazırlanacak ve bu çizelgeler, moda ürünleri üreten firmalara satılacaktır. Bu şirketlerden en büyükleri olarak kabul edilebilecek ikisi Worth Global Style Network (WGSN) ve Promostyl'dır. Moda Eğilimi araştırmaları yapan şirketler arasından Sacha Pacha, Trend Union ve Peclars örnek olarak gösterilebilir. Bunun dışında uluslararası olarak çıkarılan raporların satın alınması yapılarak, bu rapordaki bölgeye özel kısımların çevirisi yapılarak sektör ile paylaşılacaktır. Moda ve Tasarım Merkezi bu şirketleri ve raporlarmaları takip edip özet raporlar hazırlayıp sektöre sunacaktır.
- Renk Trendlerinin Araştırılması Hizmeti:** Uluslararası Renk Örgütü (ICC), yarım yüzyıldır belirlediği renklerle, pek çok disiplini ve sektörü etkilemektedir. Geleceğe dair renk ve trend eğilimlerinin belirlendiği toplantılar ve raporlar takip edilerek, moda sektörüne bilgi veren raporlar halinde sunulacaktır.
- Moda/Fuar Takibi ve Raporlama Hizmeti:** Yerli ve yabancı defile, fuar ve moda haftaları yerinde izlenerek buradaki trendler ve ürünler irdelenecek ve bu paralelde stratejiler geliştirilerek raporlanması yapılacaktır.

Bu araştırma ve raporların tümü birbirini içerecek şekilde de yapılabilir. Ancak Moda Trendlerinin Araştırması (a) ürünlerin şekil yönünden gelişimini, Renk Trendlerinin Araştırması (b) ürünlerin renk yönünden gelişimini, Moda/Fuar Takibi ise hem şekil hem de rengin bir arada olduğu gelişimi izleyecektir. İlk iki hizmette (a ve b) araştırmalar fuarlar üzerinden değil, dünyada yapılan üretimler ve tüketimler üzerinden yapılacaktır. Moda/Fuar Takibi ise henüz sektöre girmeyen ama girmesi hedeflenen ürünlere ışık tutacaktır. Hazırlanan raporların online olarak sunulması hedeflenmektedir. İlgili raporlar

online web üzerinden satışa sunulacaktır. Merkezin ilk kurulumunda web sayfasının hazırlanması için bir süreç gerektiğinden dolayı, ilk 1 yıl BUTEKOM sayfasına bir modül olarak ekleme yapılacaktır.

3. Pazar Araştırması Hizmetleri: Üç ana grupta toplanan hizmetler söz konusu olacaktır. Bu raporlamaların Trend Araştırmaları, İzleme ve Raporlama Hizmetlerinden farklı maliyet kriterinin de dahil olarak hazırlanmasıdır.

a) **Üretici ve Tedarikçilerin Araştırılması Hizmeti:** Müşteri isteğine göre sektörün ilgili alanıyla ilgili üretici ve tedarikçiler araştırılacaktır. Bunun yanı sıra bölgeye katkı sağlayacak konularda da araştırmalar yapılacaktır. Bu güncel veriler talep eden üyelerle ücretli olarak paylaşılacaktır. Ürün veya tedarikçi odaklı araştırmalar yapılacaktır.

Örneğin: Bir bebe giyimcisi bu merkezden 0-2 yaş grubu için Rusya pazarına yönelik bir talepte bulunabilir. Ya da bu merkezde alınan karar doğrultusunda tüm sektöre sunulabilecek şekilde "XXX Markasına" yönelik araştırma yapılabilir. Bu araştırmanın raporu firmaya özel ise basılı yayın olarak teslim edilecektir. Araştırmanın içeriği sektörel ise ve siparişe dayalı bir araştırma değilse, rapor web üzerinden online satışa sunulacaktır.

b) **Yurt İçi/Yurt Dışı Pazar Araştırması ve Analizi Hizmeti:** Dünyada sürekli değişen hazır giyim pazarının sürekli takibi ve analizi yapılarak raporlanacaktır. Talep edilen ürünler, satış miktarları, üretim miktarları, kapasite kullanım oranları, ihracat ve ithalat verileri, talep eden müşteri profili gibi, özel olarak dünya ve yerel pazar araştırmaları yapılacak ve rapor olarak satılacaktır. Bu raporlar ilk etapta yılda 1 adet olarak hazırlanması planlanmaktadır.

c) **Ürün Tasarım Hizmetleri:** Türkiye'deki tasarım yarışmalarında dereceye giren tasarımların ürün halinde ticarileşmesi sağlanacaktır. Bu yarışmalar sonucunda değerlendirilmek üzere oldukça fazla tasarım ortaya konulmasına rağmen dereceye girenlerin dışındaki tasarım ve tasarımcılar sektöre kazandırılmamaktadır. Bu tasarım/tasarımcıların potansiyel ve tasarıma göre sektörde kazandırılması sağlanacaktır. Bu hizmet ile hedeflenen gelir, tasarımların ticari ürün haline getirilmesinde aracılık hizmetinden elde edilecektir. Firmaların beğeneceği tasarımların satışından komisyon alınacaktır. Ayrıca bu hizmet ile Türkiye' deki tasarımcı niteliğinde yetişmek isteyen ve başarılı olabilecek gençlerin tespitine katkı sağlanacaktır. Bu yarışmalarda her yıl Türkiye'nin birçok üniversitesinden başvuru olmakta, dereceye giremeyen tasarımlar değerlendirilmemektedir. Aşağıdaki tabloda örnek verildiği üzere 2014 UTİB Ev Tekstili yarışmasında 530 başvuru olmuş, sadece 31 tanesi dereceye girmiştir. Bu tasarımların değerlendirilmesi hem sektör açısından bir katma değer yaratacak hem de bu merkezin sektör için gerekli "tasarımcı portföyü" oluşturmasında çok

iyi bir hizmet kalemi olacaktır. Aşağıda son iki yılda düzenlenen tasarım yarışmaları ve ortaya çıkan tasarım potansiyeli verilmiştir.

- UTİB Ev Tekstili Tasarımı Yarışması, İTKİB Koza Genç Moda Tasarım Yarışması¹
- İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması, İHİB Halı Tasarım Yarışması
- GAİB Halı Desen Tasarım Yarışması, EİB Moda Tasarım Yarışması
- EİB Deri Tasarım Yarışması, DENİB Ev ve Plaj Giyim Tasarım Yarışması
- ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması

İB Ev Tekstili Tasarım Yarışmasının Yıllara Göre Katılımcı ve Kazanan Yarışmacı sayısı:

Proje /Yıl	2011	2012	2013	2014
Kazanan Proje Sayısı	27	22	20	31
Katılan Toplam Proje Sayısı	121	223	424	530

4. Trend Alanı Tasarımı: TEXWORLD, TEXBRIDGE, HEIMTEXTILE, INTERTEXTILE, DENİM BY PREMIER, TISSU, EVTEKS vb. fuarlarda ziyaretçi ilgisini odaklamak amacı ile en kolay ulaşılabilen/en gözde bölümde fuar katılımcı firmalarının ekstra ödeme karşılığında önde gelen ürünlerini ayrıca toplu sergilendikleri alanlar olan trend alanlarının tasarımı ve oluşturulması için yapılan çalışmalarıdır. Bu kapsamdaki hizmetler, katılımcı listelerinin oluşturulması, trend alanları için numunelerin toplanması ve hazırlanması, trend alanının bir konsept çerçevesinde tasarlanarak oluşturulmasıdır. Özellikle Milli Fuar katılımlarında yurtdışından ciddi destekler alınmaktadır. Yurtdışından alınan “Trend Alanı Tasarımı Hizmeti” için ortalama 20.000-25.000 Euro ücret ödenmektedir. Bu merkezde, ilerleyen yıllarda aynı çalışmanın başlangıçta yurtiçine yönelik olmak üzere, 15.000 TL olarak yapılması öngörülmektedir. Türkiye’deki fuarlarda bu tasarımın yabancı tasarımcılara değil bizzat firmaca yaptırılması amaçlanmaktadır.

5. Kısa Süreli Destek Eğitimleri: Sektörde çalışan tasarımcılara verilecek destek eğitimleridir. Bu eğitimlere alınacak katılımcılarda aranan şartlar , “dönemsel eğitimlere nazaran” daha toleranslı olacaktır. Bu segmentte, sektörde çalışan tasarımcı, kalıpcı, tekniker, tasarım destek elemanlarınayada yeni mezunlara hitap eden eğitimler yapılacaktır. Bu eğitimler güncel konuların aktarıldığı uygulamalı destek eğitimleri olacaktır. Sınıflar en fazla 20 kişinin uygulamalı eğitim yapmasına uygun makine ekipman ile teçhiz edilecektir.

¹ UTİB: Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği, İTKİB: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri, İTHİB: İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği , İHİB: İstanbul Halı İhracatçıları Birliği , GAİB: Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri, EİB: Ege İhracatçı Birlikleri, DENİB: Denizli İhracatçıları Birliği, ATHİB: Akdeniz Tekstil Hammaddeleri İhracatçıları Birliği

Bu eğitimlerde İMA, Mimar Sinan Üniversitesi, WGSN, Domus Akademi ve uzman sanayiciler ile ortak çalışılacaktır. Eğitimlerin süresi 12 saat- 3 ay arasında değişecektir. Örnek eğitim konuları: İleri Düzey Moda Eğitimi, Moda Yönetimi, Dokuma Kumaş Tasarımı, Dijital Baskı Teknikleri, Dikiş Teknikleri, Kumaş ve Lifler, Tekstil Kumaş Teknolojisi, Moda Çizim Teknikleri, Mücevher Çizimi, Trend Takibi ve Analizi, Dikiş Teknikleri, Moda Genel Kültürü, Bir Moda Markası Yaratmak, Mağazacılık ve Satın Alma, Moda İletişimi ve Medya, Trend Araştırması, Marka Yönetimi Eğitimi

6. Dönemlik Eğitimler: Moda ve Tekstil tasarımı konusunda önde gelen ulusal (İMA, Mimar Sinan, Aydın Üniversitesi vb.) ve uluslararası (Domus Akademi, Fashion Institute vb.) eğitim merkezlerinden eğitmen desteği alınarak bir program oluşturulacaktır. Oluşturulacak program, bir eğitim modülü halinde hizmet olarak sunulacaktır. Süreç içerisinde yurtdışındaki Domus academi gibi merkezlerden biri ile tüm program için bir anlaşma sağlanır ise, program sertifikası anlaşma yapılan kurum adına verilecektir. Bu eğitim sonucunda katılımcılara sertifika verilecektir. Bu eğitimler sektördeki tasarımcıları güçlendirmeyi, özgünleştirmeyi ve yetkinleştirmeyi amaçlayan en az bir dönemlik eğitimlerdir. Hedef kitlesi tasarım, moda eğitimini tamamlamış sektörde çalışan, verilecek eğitimin gerektirdiği temel bilgi ve becerilere haiz katılımcılar olacaktır.

7. Proje Hizmetleri: İki ana başlık halinde icra edilecektir. Bu hizmetler dönemlik eğitim sürecinin başlamasına müteakip başlayacaktır. Eğitimlere katılan öğrenciler ile aşağıdaki hizmetler gerçekleştirilecektir. Bu hizmetler temelde aynı olmakla birlikte ilk hizmette (a) belirlenecek firmalarla çalışma yapılacaktır. İkinci hizmette (b) ise önce koleksiyon hazırlanacak daha sonra koleksiyon satışa sunulacaktır. Bu hizmetlerin pazarlanması, UHKİB, BTO ve UTİB YK gibi sektör kuruluşları, bunun yanı sıra yapılmakta olan eğitimlerde ve oluşan iletişim ağı üzerinden yapılacaktır.

a) **Endüstri ve Tasarım Projelerinin Hazırlanması:** Dönemsel eğitim alan (Domus Sertifikası almış) tasarımcıların bir marka işbirliğinde endüstri projeleri hazırlayacaklardır. Bu çalışmada tasarımların mevcut markalar eşliğinde ticarileşmesi sağlanacak, sertifikalı mezunların moda endüstrisini içeriden bir gözle görebilmeleri, yaptıkları tasarımların uygulama değerini test edebilmeleri mümkün olacak, hem de bu tasarımcıların sektörde tanınmaları, yetenek ve farklılıklarını zenginleştirmeleri sağlanacaktır. Mezun tasarımcı, tasarladığı endüstri projesiyle gerçek bir marka altında kurumsal tasarımcı olma deneyimi yaşayacaktır. Hedef müşteri kitlesi doğrudan sektör firmalardır.

b) **Tasarım ve Koleksiyon Geliştirme:** Gelişim programları sonunda katılımcılar tarafından mini bir koleksiyon hazırlanarak defile ile sektöre sunulacaktır. Bu koleksiyonlar firmalara pazarlanacaktır.

Tablo 1: Tam Kapasitede Üretilebilecek Hizmetler

1 Seminer Hizmetleri	Seminer
2 Trend Araştırmaları, İzleme ve Raporlama Hizmetleri	Moda Trendi Araştırması Renk Trendi Araştırması Fuar ve Moda Takip Raporu
3 Pazar Araştırması Hizmetleri	Üretici Tedarikçi Araştırması Pazar Araştırması Tasarım Destekleri Ürün Tasarım Faaliyeti
4 Trend Alanı Tasarımı	
5 Destek Eğitimleri (Haftalık- Aylık- Üç Aylık)	
6 Dönemlik Eğitimler (Akademik Program)	
7 Proje	Endüstri ve Tasarım Projeleri Koleksiyonlar

Yukarıda toplam 7. Maddede gerçekleştirilmesi planlanan hizmetlerin tespiti, yaklaşık altı aylık Bursa'daki başta ev tekstili olmak üzere, tekstil firmaları nezdinde yapılan anket çalışmaları, bölgesel araştırma, firma görüşmeleri, İMA, WGSN, Mimar Sinan Üniversitesi gibi kuruluş ziyaretleri, yurtdışındaki benzer merkezlerin (Domus Akademi, Citeve Moda Merkezi gibi) incelenmesi ile BUTEKOM tarafından belirlenmiştir. Yatırıma ilişkin uygulamalı eğitim merkezine alınacak cihaz, ekipman ve araç-gerecin seçiminde İMA, Bursa Tekstil firmalarının tecrübesi ve yapılan araştırmalarla elde edilen sonuçlardan faydalanılmıştır. Teknik değerlendirme bu araştırma çalışmaları, anket sonuçları, firma görüşmeleri, yerinde inceleme ve araştırmalar ışığında tamamlanmıştır. Yatırım kapsamında kurulması düşünülen Moda ve Tasarım Merkezi'nin yatırım tutarı bu verilerden yola çıkılarak belirlenmiş, buna bağlı olarak da, tam kapasitede işletme gelirleri, giderleri ve işletme sermayesi hesaplanmıştır.

1.2. Amaç ve Hedefler

Moda ve Tasarım Merkezi yatırımının amacı Bursa ve bölgedeki öncelik olarak ev tekstili üreticileri, hazır giyime yönelik kumaş üreticileri ve bebe-çocuk giyimi üreticileri olmak üzere tekstil ve hazır giyim sektöründe şiddetle ihtiyaç duyulan nitelikli tasarımcı işgücü açığının kapatılmasına yönelik anlamlı bir adım atmaktır. Yatırım tamamlandıktan sonra merkezin gerçekleştireceği seminer, destek eğitimleri ve dönemsel eğitim, organizasyon, moda trend araştırması, moda trendlerin toplanması ve yayımlanması, renk trendlerini çıkartılması, üretici ve tedarikçilerin araştırılması, tasarım, koleksiyon geliştirilmesi, trend alanlarının tasarlanması, endüstri ve tasarım projeleri, moda ve tasarım, kütüphane hizmetleri, dünya ve yerel pazar analizi, ürün tasarımı faaliyetleri ile Sektörün katma değeri yüksek üretimlere imza atmasına bir altyapı kazandırılmış olacaktır.

2. EKONOMİK İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

2.1. Ekonomik Gelişmeler

2.1.1. Dünya Ekonomisindeki Gelişmeler ve Beklentiler

2014 yılında bazı aksaklıklara rağmen, eşit ve istenen seviyede olmamakla beraber dünya ekonomisinde iyileşme devam etmektedir. Gelişmiş ülkelerde yüksek özel ve kamu borçları, bazı ülkelerdeki yüksek işsizlik oranları, yetersiz talep gibi sorunlar, ekonomilerin iyileşme sürecini zorlamaktadır. Yükselen piyasa ekonomileri ise daha önce ulaştıkları ekonomik büyüme oranlarının altındaki seviyelere kendilerini uyarlamaya çalışmaktadırlar.

Diğer taraftan Rusya-Ukrayna anlaşmazlığı ve Ortadoğu ülkelerinde görülen çatışmalar gibi, jeopolitik gerilimler artmıştır. Bu çatışma ortamı şimdilik sadece ilgili ülkeleri ve ticaret yaptıkları çevreleri etkilemekle beraber, önümüzdeki dönemde dünya ekonomisini olumsuz etkileme riski mevcuttur. Çatışma bölgelerinin petrol üreten ülkelerde olması, kaya gazı kullanımının yaygınlaşması ve talep azalması gibi nedenlerle düşüş eğiliminde olan petrol fiyatlarının yükselebileceği olasılığını akla getirmektedir. Diğer taraftan petrol fiyatlarındaki düşüş petrol ithalatçısı konumundaki ülkeleri olumlu etkilerken, ihracatçı ülkelerin ekonomilerinde sorunlara yol açma ihtimalini gündeme getirmektedir. Uluslararası piyasaya fon arz eden petrol ihracatçısı ülkelerin bu imkânlarının kısıtlanması fona ihtiyacı olan ülke ekonomilerine olumsuz bir şekilde yansımaktadır.

IMF Ocak 2015 raporuna göre, 2012 yılında dünya ekonomisi %3.4 ve 2013 yılında %3.3 büyüme kaydetmiş olup 2014 yılında %3.3 ve 2015 yılında ise %3.5 büyüme göstereceği öngörülmektedir. Gelişmiş olan ülkelerdeki büyüme oranları 2012 yılı için %1.2, 2013 yılı için %1.3 iken 2014 yılında artarak %1.8 olacağı 2015 yılında ise %2.4 olarak gerçekleşeceği öngörülmektedir. Yükselen piyasa ekonomileri ve gelişmekte olan ülkeler için bu oranlar 2012 yılında %5.1 ve 2013 yılında %4.7 olarak gerçekleşmiştir. Gelişmekte olan ülkeler için beklenti, 2014 yılı için büyüme oranının %4.4'e gerilediği ve 2015 yılında ise %4.3'e gerileyeceği şeklindedir.

ABD ekonomisinde 2013 yılında %2.2'lik büyümenin ardından, 2014 yılının ilk çeyreğinde sert geçen kış ve ihracat rakamlarında olumsuz dalgalanmalar gibi nedenlerle büyüme oranında bir azalış görüldü ise de yılın ikinci çeyreğinde işgücü piyasası koşullarındaki düzelmelerle yeniden toparlanmıştır. 2014 yılı için büyüme oranı %2.4 olarak öngörülmektedir. 2015 yılı için büyüme beklentisi ise %3.6'dır.

Avro bölgesinde, 2012 ve 2013 yıllarındaki %0.7 ve %0.5'lük gerilemenin ardından 2014 yılında sadece %0.8 oranında bir büyüme beklenmektedir. Bu oranın 2015 yılında %1.2 olması beklenmektedir.

Japonya'nın ise 2013 yılındaki %1.6 oranındaki büyümenin ardından 2014 yılında ancak %0.1 büyüme oranını yakalayacağı beklenmektedir. 2015 yılında beklenti %0.6'dır.

Çin 2013 yılında %7.8 oranında büyüme oranı ile dünya ülkeleri arasında en yüksek büyüme oranına sahip olan ülke konumunda olmasına rağmen 2014 yılında beklenenden daha düşük bir büyüme oranına (%7.4) sahip olabileceği hatta bu oranın 2015 yılında %6.8 olarak gerçekleşebileceği beklenmektedir.

Para politikaları koşulları 2013 yılına göre çok fazla değişmemiş olup ülkeler konumlarına göre uygun politikaları uygulamaya devam etmektedirler. Avro bölgesinde Avrupa Merkez Bankası düşük enflasyon ile mücadele etmek için politika faiz oranlarını düşürmek dahil likiditeyi artırmak için gerekli tedbirleri almaya devam etmiştir. ABD'de genişlemeci para politikası devam etmekle beraber Ekim sonu itibariyle FED tarafından yapılan varlık alımlarına son verilmiş, ancak faizlerin altı ay daha 0.25 seviyesinde kalarak faiz artırımının 2015'in ikinci çeyreğinde yaşanacağı olasılığından söz edilmeye başlanmıştır. Şili, Meksika ve Peru gibi gelişmekte olan ülkelerde politika faiz oranları beklenmedik bir artışın ardından düşürülmüştür. Türkiye'de ise daha önce uygulanan sıkı para politikası yumuşatılmıştır. Brezilya, Kolombiya ve Rusya'da ise politika faiz oranları artırılmıştır.

Tablo 2: Dünya Ekonomisi ile İlgili Ana Göstergeler (% değişim)

	2013	2014 (Tahmin)	2015 (Tahmin)
Büyüme Oranı			
Dünya	3.3	3.3	3.5
Gelişmiş Ülkeler	1.3	1.8	2.4
Yükselen Piyasa Ekonomileri ve Gelişmekte Olan Ülkeler	4.7	4.4	4.3
Dünya Ticaret Hacmi			
Hacim	3.4	3.1	3.8
İthalat- Gelişmiş Ülkeler	2.0	3.0	3.7
İthalat-Yükselen Piyasa Ekonomileri ve Gelişmekte Olan Ülkeler	5.5	3.6	3.2
Tüketici Fiyatları			
Gelişmiş Ülkeler	1.4	1.4	1.0
Yükselen Piyasa Ekonomileri ve Gelişmekte Olan Ülkeler	5.9	5.4	5.7
İşsizlik (Dünya)	7.9	7.3	7.1

Kaynak: IMF Ocak raporu (İşsizlik rakamları Ekim 2014 raporu)

Dünya mal ve hizmet ticaret hacminde 2013 yılında %3.4 oranında bir artış gözlenmiştir. 2014 yılı için dünya ticaret hacminin %3.1 ve 2015 yılında %3.8 oranında artacağı beklenmektedir. Gelişmiş ülkelerde ihracatın 2013 yıllarında sırasıyla %2.0 artış gösterdiği, artışın 2014 yılında %3.0 ve 2015 yılında %3.7 oranına varacağı tahmin edilmektedir. Yükselen piyasa ekonomileri ve gelişmekte olan ülkeler için artış oranları 2013 yılında %5.5 olarak gerçekleşmiş, 2014 ve 2015 yılları için beklentiler ise sırasıyla %3.6 ve %3.2'dir.

Tüketici fiyatları gelişmiş ülkelerde 2013 yılında %1.4 artış göstermiştir. Yükselen piyasa ekonomileri ve gelişmekte olan ülkelerde ise tüketici fiyatları 2013 yılında %5.9 artış

göstermiştir. 2014 ve 2015 yılları için beklentiler gelişmiş ülkeler için sırasıyla %1.4 ve %1.0 olup gelişmekte olan ülkeler için beklenti %5.4 ve %5.7'dir.

İşsizlik oranları gelişmiş ülkelerde 2013 yılında %7.9 iken, 2014 ve 2015 yılları için beklenti sırasıyla %7.3 ve %7.1'e düşeceği şeklindedir. Avro bölgesinde işsizlik oranları daha yüksektir; 2013 yılı için %11.9 olan bu oranın 2014 yılında %11.6'ya ve 2015 yılında %11.2'ye inmesi beklenmektedir. Avro bölgesinde 2013 yılında işsizlik oranı en yüksek ülkeler %27.3 ile Yunanistan ve %26.1 ile İspanya'dır, 2015 yılında bu oranların %23 seviyelerinde olması öngörülmektedir.

2.1.2. Türkiye Ekonomisindeki Gelişmeler ve Beklentiler

Türkiye ekonomisi 2013 yılında, 2012 yılındaki %2.2'lik büyümenin ardından %4.1'lik bir büyümeyi yakalamıştır. 2013 yılının birinci çeyreğinde %3.1, ikinci çeyreğinde %4.5, üçüncü çeyreğinde %4.2 ve son çeyreğinde %4.5 oranında ekonomik büyüme yaşanmıştır. 2014 yılının ilk çeyreğinde sabit fiyatlarla hesaplanan GSYH bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %4.8 artmıştır. İkinci çeyrekte ise yaşanan kuraklık ile tarımsal üretimdeki azalma, imalat sanayindeki yavaşlama, inşaat sektörünün hız kesmesi, toptan ve perakende ticarete görülen azalma gibi nedenlerle GSYH ancak %2.2 oranında bir artış gösterebilmiş, üçüncü çeyrekte ise artış sadece %1.7 olmuştur. Böylece 2014 yılının Ocak- Eylül ayları arasında geçen dönemde, Türkiye ekonomisi %2.8'lik büyüme gösterebilmiştir. 2015-2017 yılı Orta Vadeli Programına (OVP) göre 2014 büyüme beklentisi %3.3'tür, 2015 yılı için ise bu oranın %4.0 olması öngörülmektedir. IMF 2014 Ekim ayı raporunda ise 2013 yılında Türkiye'nin %4.0 oranında büyüdüğü belirtilirken, 2014 ve 2015 yılları için büyüme tahmin rakamları her iki yıl için %3 olarak yer almaktadır.

Harcamalar yöntemiyle sabit fiyatlarla GSYH hesapları incelendiğinde, 2012 yılında %0.5'lik bir azalma görülen özel tüketim harcamalarının 2013 yılında %5.1 oranında büyüdüğü ancak 2014 yılı ilk dokuz ayında büyüme hızının %1.3'e düştüğü görülmektedir. Kamu tüketimi ise 2012 yılında %6.1 artış gösterirken bu oran 2013 yılında aynı seviyelerde %6.2 olarak gerçekleşmiş 2014 yılının ilk çeyreğinde %9.2, ikinci çeyreğinde %2.6 ve üçüncü çeyrekte % 6.6 oranında artışlarla ilk dokuz ayda %6.0'lık artış göstermiştir. OVP'de yer alan rakamlara göre 2015 yılında kamu tüketimi artışının %2.2 ve özel tüketim artışının %4.0 seviyelerinde kalması beklenmektedir. Sabit sermaye yatırımlarının 2012 yılındaki %2.7'lik azalışının ardından 2013 yılında %4.2'lik artış yaşanmış, ancak 2014 yılında ise programdaki %1.8'lik azalış beklentisine paralel, ilk çeyrekte %0.2 ve ikinci çeyrekte %3.5 ve üçüncü çeyrekte %0.4'lük azalışların etkisiyle, ilk dokuz ayda %1.4 azalış meydana gelmiştir. OVP'de yer alan rakamlara göre sabit sermaye yatırımlarında 2015 yılında %4.2'lik bir artış öngörülmektedir.

2014 yılı Aralık ayı itibarıyla 2003=100 bazlı Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) bir önceki yılın aynı ayına göre %8.17 ve on iki aylık ortalamalara göre %8.85 artış göstermiştir. Ana harcama grupları arasında 2014 yılında yaşanan olumsuz hava koşullarından etkilenen gıda sektörü ile bağlantılı harcamalar on iki aylık ortalamalara göre en yüksek artış gösteren

harcama kalemleridir. Son yıllarda dünya piyasalarındaki petrol ve enerji fiyatlarındaki düşüş yurtdışından enerji ithal eden ülkemiz açısından enflasyon rakamlarının düşük seviyelerde gerçekleşmesine yardımcı olmuştur. OVP'ye göre TÜFE yıl sonu yüzde değişim oranı 2014 yılı için %9.4 ve 2015 yılı için ise %6.3 olarak öngörülmektedir.

TCMB, 2014 yılında enflasyon göstergelerini aşağı çekme amaçlı uyguladığı sıkı para politikası ve aldığı tedbirlerle yıllık kredi büyüme oranının 2014 yılı sonunda yaklaşık %15 düzeyinde olacağı ve bu seviyede istikrar kazanmasını ve bu çerçevede enflasyonun %8.4 ile %9.4 aralığında gerçekleşmesini beklemektedir. 2015 yılı için öngörüsü ise %4.6 ile %7.6 aralığı içinde gerçekleşmesi şeklindedir. Bu öngörülerde gıda fiyatlarının ve petrol ve emtia fiyatlarının düşme eğiliminde oldukları varsayımı vardır. Orta vadeli enflasyonda bozulma yaşanması durumunda likidite ve para politikasında sıkılaşmaya gidileceği ifade edilmektedir.

2014 yılında ülkemizin en önemli ihracat pazarları olan AB ülkelerindeki ekonomik koşulların yeterli ölçüde iyileşmemesi ve sınır komşularımızda yaşanan olumsuz jeopolitik gelişmeler sonucunda ihracatımız istenen seviyede arttırılamamıştır. Öte taraftan zayıf küresel talep nedeniyle düşen emtia fiyatları ise ithalat büyümesini sınırlandırmış ve bu durum cari dengeye olumlu katkıda bulunmuştur. 2013 yılında 151.8 milyar ABD Doları olan ihracatımız, son açıklanan Kasım 2014 dış ticaret rakamlarına göre 2013 Ocak-Kasım ayı kümülatif ihracat rakamına kıyasla %4.2'lik artışla 144.5 milyar ABD Dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalat ise 2013 yılında toplam 251.7 milyar ABD Dolar olarak gerçekleşmiş; Ocak-Kasım 2014 tarihindeki kümülatif toplam ise 220.5 milyar ABD Dolar rakamına ulaşmıştır. 2013 yılı Ocak-Kasım ayı kümülatif ithalat rakamına kıyasla ithalat %3.5 azalmış bulunmaktadır. Bu durumda ihracatın ithalatı karşılama oranı 2013 yılı toplamında %60.3 iken, 2014 Ocak-Kasım dönemi itibarıyla %65.5 rakamına ulaşmıştır. Orta Vadeli Programda 2014 yılı ihracatın ithalatı karşılama oranı beklentisi %65.8 olarak tahmin edilmiş, 2015 yılı için beklentisi ise %67.1'dir.

Cari işlemler açığı ise TCMB tarafından açıklanan son rakamlara göre bir önceki yılın Ocak-Kasım dönemine göre 17,949 milyon ABD Doları azalarak 38,716 milyon ABD Dolarına gerilemiştir. Bu gerilemede ödemeler dengesi tablosundaki dış ticaret açığının azalması, net hizmet gelirlerinin artması, birincil gelir açığının gerilemesi gibi etkenler açıklayıcı olmaktadır. Orta Vadeli Programda 2014 yılı sonu itibarıyla cari işlemler açığı 46 milyar ABD Doları olarak tahmin edilmekte, 2015 yılı için ise yine aynı seviyede gerçekleşeceği öngörülmektedir.

TCMB Ocak-Kasım 2014 Ödemeler Dengesi raporuna göre doğrudan yatırımlardan kaynaklanan net varlıklar 6,657 milyon ABD Doları ve net yükümlülükler 10,947 milyon ABD Doları olmuştur. Portföy yatırımlarında yabancı yatırımcılar hisse senedi piyasasında Ocak-Kasım döneminde 2,540 milyon ABD Doları net alım gerçekleştirmişlerdir. Yurtdışında gerçekleştirilen tahvil ihraçları yoluyla bankalar ilk on bir aylık dönemde 10,176 milyon ABD doları ve diğer sektörler 3,178 milyon ABD doları net borçlanma gerçekleştirmiştir. Genel Hükümet ise on bir aylık dönemde yurtdışı piyasalardan 4,202 milyon ABD doları tutarında net

kullanım gerçekleştirmiştir. Bankacılık sektörü uzun vadeli kredilerde 5,767 milyon ABD Doları, kısa vadeli kredilerde 5,299 milyon ABD Doları net kullanım gerçekleştirmiştir.

TUİK tarafından açıklanan son verilere göre 2014 Ekim ayı itibarıyla Türkiye’de işsizlik oranı %10.4 olarak tahmin edilmektedir. 2012 yılında %9.2 olan işsizlik oranı 2013 yılı için %9.7 olarak açıklanmıştır. Orta Vadeli Programa göre 2014 yılı için gerçekleşme tahmini %9.6 ve 2015 yılı için öngörülen oran ise %9.5’dir. Bu öngörüler IMF Ekim 2014 yılı raporunda ise 2014 yılı için %9.5 ve 2015 yılı için %9.9’dur.

Tablo 3: Türkiye Ekonomisi İçin Önemli Göstergeler

	2013	2014 ¹	2015 ²
Büyüme Oranı (%)	4.1	2.8	4.0
Dış Ticaret - ihracat/ithalat (%)	60.3	65.5(*)	67.1
Tüketici Fiyatları Değişim (%)	7.4	8.85	6.3
İşsizlik oranı(%)	9.7	10.4(**)	9.5

Not: (1) Gerçekleşme tahmini, (2)Program (*)Ocak-Kasım 2014 dönemi (**) Eylül 2014

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, Orta Vadeli Program (2015-2017),TUİK

Özetleyecek olursak, dünya ekonomisinde 2008 yılında başlayan ekonomik krizin geçen yıllar içinde ülkelerce alınan tedbirler sonucu etkilerinin azalarak gerek dünyada gerek Türkiye’de iyileşme sürecine girdiği söylenebilir. Ancak risklerin varlığı gözden kaçırılmamalıdır. Küresel ısınmaya bağlı iklim değişiklikleriyle gelen olumsuz hava koşulları sonucu gıda arzında azalma, küresel çapta işsizliğin istenen ölçüde çözümlenmemesi, talep yetersizliği gibi sorunların yanında özellikle Rusya-Ukrayna ve Ortadoğu bölgelerinde yaşanan çatışmalar dünya ve Türkiye ekonomilerinin yüksek büyüme oranlarını yakalamalarında engel oluşturmaktadır. Nitekim gerek IMF Ekim 2014 raporunda, gerek Türkiye 2015-2017 Orta Vadeli Programda açıklanan 2015 yılı büyüme beklentileri daha önce ilan edilmiş benzer raporlara göre düşürülerek dünya ekonomisi için %3.8 ve Türkiye ekonomisi için %4.0 olarak gerçekleşeceği öngörülmektedir.

2.2. Sektörün Tanımı ve Kapsamı

Genel anlamda *tasarlamak*, insanoğlunun eline aldığı nesne ve malzemelere biçim verip onlara yeni bir işlev ve kimlik kazandırmak istemesiyle ortaya çıkan bir eylem olup, tasarım kavramı hayatın her alanında durmaksızın devam eden bir süreçtir. Kısaca bu kavram, kültürel değerlerin ve sembollerin metalaştığı özgün prototiplerin ürüne dönüştürülmesi olarak tanımlanmaktadır.

Dünyada birçok ülke, ulusal ekonomi ve sanayi alanında rekabet edebilme açısından tasarımın ve dolayısıyla tasarım eğitiminin önemini kavramaya başlamış ve ilgili sektörlerde yakın işbirliği içinde tasarım politikaları ve programları geliştirmektedir. Belli bir ürün gruplarına ait ayrıcalık ifade eden, estetik ve sanatsal bir olgu olarak kabul edilen tasarım, günümüzde artık lüks ürün piyasalarının dışında, ileri teknoloji ürünlerinden gıdaya, otomotivden tekstil-modaya kadar çok geniş alanlara yayılmış ve ürünleri farklılaştırarak rekabet etme konusunda stratejik bir araç olarak çok sık kullanılmaktadır (Tasarım Strateji Belgesi, 2010).

Günümüzde tasarımın en yoğun kullanıldığı alanlardan moda ise; bazı yazarlar tarafından geçici fakat kolay elde edilemeyen devamlı ilerleme halinde olan bir hedef olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla moda tasarımı da, talebin çeşitlenmesi ve değişimiyle gelişen, yeniliği ve estetiği bünyesinde barındıran ürünlerin yaratıldığı

süreç olarak ifade edilmektedir. Diğer yandan modanın belirlenmesi öncelikle bir tasarım çalışmasıdır ve tasarım çalışmalarının tümünde olduğu gibi iplik, kumaş, giysi tasarımı da yönlendiren en önemli etmen yaratıcılıktır. Yaratıcılık ürünün kullanım yerini, fonksiyonelliğini belirlediği gibi sanatsal öğeleri de kapsar. Ancak, eğitim sistemi içinde bu yeteneğe sahip kişileri bulup bunlara gerekli becerileri kazandırmak da son derece önemlidir. Günümüzde gelişen tekstil ve moda sektörü ve global pazarda markalaşmanın öneminin artmasıyla doğan

Tasarımında yaratıcılık; geniş bir düşünce alanına, özgür bir ortama, belli düzeyde bir bilgi birikimi ve beceriye, sınırsız çalışma saatlerine sahip olmayı gerektirir. İyi tasarımcının öncelikle yaratıcılık yeteneğine sahip olması gerekmektedir. Diğer yandan moda alanında yaratıcı tasarım gücü, estetik beğeni ve ifade biçimi, ancak görsel sanatlar eğitiminin moda tasarımı eğitimine yeterli düzeyde katılmasıyla sağlanabilir.

Moda tasarımcısı, günümüzde ve gelecekteki giysilerin ve giysiyi tamamlayan aksesuarların tasarımını yapan, çizen, gerektiğinde çizdiği modeli kalıba dönüştürerek ilk deneme ürünün elde edilmesini gerçekleştiren kişidir.

Bir giyim ürünü tasarımının ana aşamaları; Kumaş Araştırması, Renk Araştırması, Desen Araştırması, Aksesuar Araştırması, Model Tasarımı, Ölçü Formu, Kalıp Hazırlığı, Prototip Dikimi, Seri Hazırlığı, şeklinde sıralanır.

yaratıcı iş gücü ihtiyacı, tekstil ve moda tasarım eğitimi ile sektöre yönelik araştırma raporlarının önemini artırmıştır. Diğer yandan, 21. yüzyılın beraberinde getirdiği teknoloji, iletişim, çevre ve geri dönüşüm, yeni malzeme ve üretim yöntemleri, hızlı moda (fast fashion) gibi kavram ve alanlar da moda tasarım ve eğitim ihtiyacını farklı açılardan ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Genel anlamda tekstil ve moda tasarımı; iplik, dokuma, grafik, baskı ve giysi tasarımı alanlarından oluşmakta olup, çoğu tasarımcı bu ana tasarım kollarının alt dallarında eğitim görmekte ve uzmanlaşmaktadır. Tasarımcıların giyimde uzmanlaşmayı seçtiği alt alanların ana hatları ile ayrımı aşağıda verilmektedir.



Bugün moda endüstrisinde rekabet içinde olan hazır giyim firmaları çoğunlukla moda tahmin servislerine abone olurlar. Bu tahmin servislerinden bazıları moda trendleriyle ilgilenirken, bazıları renk trendlerinde uzmanlaşmış, bazıları ise hem moda trendi hem de renk trendi analiziyle uğraşmaktadır. Konfeksiyon üreticileri ve tasarımcılar, moda trend araştırmasını yürütmek için; moda yayınlarını okuyarak moda akımlarını takip eder, moda merkezlerinde düzenlenen fuarlara katılır ve koleksiyonları için bir tema yaratırlar.

Sonuçta; tasarımcı, yeni bir ürünün/giysinin fikirden gerçeğe dökülmesine kadar olan süreci görselleştirir. Dolayısıyla hızlı bir yaşam döngüsü olan moda sektöründe tasarımcılar, sürekli moda trendlerini araştırır ve gelecekte neyin çok tutacağı kadar şu anda neyin moda olduğunun da farkında olmalarını gerektirmektedir. Bunun sonucunda sektöre yön verenler ve/veya sektör çalışanları mevcut durumu görmek ve öngörülerde bulunmak için sektörün profesyonellerine güvendikleri/danıştıkları gibi çeşitli periyodik araştırma raporlarına da ihtiyaç duymaktadır.

- **Sektörün Sınıflandırması**

Kurulması düşünülen “Moda ve Tasarım Merkezi”nin giyim sektörüne yönelik vereceği hizmetler; eğitim, trend araştırma raporları, pazar araştırması, tasarım destekleri, stand ve trend alanlarının düzenlenmesi, endüstri ve tasarım projelerinin hazırlanması gibi değişik birçok faaliyet alanını kapsamaktadır. Bu kapsam içinde ele alındığında moda ve tasarım merkezin de gerçekleştirilecek hizmetler/ürünler ekonomik faaliyet sınıflandırması bakımından hizmet sektörü içerisinde yer almaktadır.

Yukarda ana hatları ile belirtilen hizmetler/faaliyetler ise Nace Revize 2 faaliyet sınıflamasına göre ikili kırılım bazında aşağıdaki gibidir;

- 72 Bilimsel Araştırma ve Geliştirme Faaliyetleri,
- 73 Reklamcılık ve Piyasa araştırması,
- 74 Diğer Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler,
- 85 Eğitim

Faaliyetlerin daha alt kırılımlar itibariyle sınıflandırması ise aşağıda verilmektedir.

Tablo 4: Moda ve Tasarım Merkezi Faaliyetlerinin Sınıflandırması

72.20.01	Sosyal bilimlerle ve beşeri bilimlerle ilişkin araştırma ve deneysel geliştirme faaliyetleri
73.20.03	Piyasa ve kamuoyu araştırma faaliyetleri (anket yapma, kamuoyu yoklamaları vb.)
74.10.02	Diğer uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri (tekstil, giyim, ayakkabı gibi kişisel eşyalar ve ev eşyaları tasarımı ile endüstriyel endüstriyel tasarım dahil, iç mimarların ve uzmanlaşmış grafik tasarımcıların faaliyetleri hariç)
85.59	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer eğitim

Kaynak: TÜİK

2.3. Hizmetin (Ürünün) Tanımı

Kurulması planlanan Moda ve Tasarım Merkezi'nde verilecek hizmetlerin 3 yıl içerisinde kademeli olarak faaliyete geçmesi planlanmaktadır. Merkezin ana hizmet unsuru olan eğitim faaliyetine birinci ve ikinci yılda seminer ve destek türü kısa programlar ile başlanacak olup, dönemlik eğitimin üçüncü yılda devreye girmesi öngörülmektedir.



Fizibilite konusu "Moda ve Tasarım Merkezi"nde **ilk yılda** Seminerler, Trend Araştırmaları İzleme ve Raporlama başlığı altında; Moda Trendi Araştırması, Renk Trendi Araştırması ve Fuar ve Moda Takip Raporları ile Pazar Araştırma Faaliyetleri başlığı altında Üretici Tedarikçilerin Araştırması, Pazar Araştırması, Tasarım Destekleri, Ürün Tasarım Faaliyetlerinin verilmesi planlanırken, Trend Alanı Tasarımı (yurtiçi ve yurtdışı) ve Destek Eğitim

Faaliyetleri (haftalık, aylık, üç aylık) **ikinci yıl** devreye girecektir. Merkezin temel faaliyet konusu olan Dönemlik Eğitimler (iki yıllık) ile Proje ana başlığı altında; Endüstri ve Tasarım Projeleri ile Tasarım ve Koleksiyon Geliştirme hizmetlerinin **üçüncü yılda** devreye girmesi planlanmaktadır.

Tablo 5: Fizibilite Konusu Hizmetler ve Yıllar İtibariyle Gerçekleşme Durumu

1. Yıl	2. Yıl	3. Yıl
Hizmetler		
1. Seminerler (1- 2 günlük)	4. Trend Alan Tasarımı	6. Dönemlik Eğitimler (2 yıllık)
2. Trend Araştırmaları İzleme ve Raporlama Hizmetleri	5. Destek Eğitimleri	7. Proje
2.1. Moda Trendi Araştırması	5.1. Haftalık (20 saat)	7.1. Endüstri ve Tasarım Projeleri
2.2. Renk Trendi Araştırması	5.2. Aylık (80 saat)	7.2. Tasarım ve Koleksiyon Geliştirme
2.2. Fuar ve Moda Takip Raporu	5.3. Üç Aylık (240 saat)	
3. Pazar Araştırma Faaliyetleri		
3.1. Üretici Tedarikçilerin Araştırılması		
3.2. Pazar Araştırması		
3.3. Tasarım Destekleri		
3.4. Ürün Tasarım Faaliyetleri		

Not: Kurulacak tesise ilişkin hizmetlerin ayrıntılı açıklaması raporunun ilk bölümünde verilmiştir.



2.4. Sektörel Mevzuat ve Teşvik Durumu

2.4.1. Sektörel Örgütlenme

Ülkemizde moda sektörünün aktörleri olarak; tekstil şirketleri, tasarımcılar, tasarımcı şirketleri, tasarım ofisleri, tasarım dernek veya birlikleri karşımıza çıkmaktadır. Özellikle tasarım şirket ve ofislerinin sayısı gün geçtikçe daha da artmaktadır. Bunun yanı sıra, Türk moda tasarımcıları mesleki anlamda örgütlenmektedir.

2011 yılında Ankara da Türk Modasını ve Türk Moda tasarımcılarının yurtiçi ve uluslararası alanlarda hak ettiği konuma gelmesi, tanınması, moda sektöründeki çalışan tüzel ve gerçek kişilerin birlikteliğinin sağlanması ve sektördeki sorunların çözümüne katkıda bulunmak amacı ile

Moda Tasarımcılar Birlik ve Dayanışma Derneği

Türk Tekstil ve Moda Endüstrisinin uluslararası ölçekte gereksinim duyduğu insan profillerine hitaben sorunları kanunların elverdiği sınırlar çerçevesinde insan gücünü planlayarak istikrarlı bir iş gücü yaratarak çözümlemeyi hedeflemektedir. Bu doğrultuda tasarım fikrinden, pazar ve trend araştırmasına, yaratıcı ürün çözümlemelerine, çağdaş kalıp, dikim teknikleri ve sunum biçimlerine uzanan tasarım sürecini gerçekleştiren moda tasarımcılarını, stilist ve modelistleri: bu fikir ve ürünleri, doğru kimlik ve markalarla uygun tüketici ve pazarlarla buluşturan, pazarlama, yönetim stratejilerini geliştiren, aynı zamanda bu sürecin finans, dağıtım, pazarlama, satış ve iletişim aşamalarını yürüten moda işletmecilerini de sektöre kazandırmayı amaçlamaktadır.

Kaynak: <http://www.mtdbirlik.org.tr>

ülkemizde bir ilk olan Moda Tasarımcılar Birlik ve Dayanışma Derneği kurulmuştur.

2.4.2. Tasarım Strateji Belgesi

Genel tasarım kapsamı çerçevesinde ve Türk Tasarım Danışma Konseyi bünyesinde olmak üzere, ülkemizde tasarım alanında faaliyet gösteren ve tasarım stratejisi oluşturma çalışmalarına katkı sağlayan kamu ve özel sektör temsilcileri, sivil toplum kuruluşları, akademisyenler, tasarımcılar ve ilgili paydaşların katılımıyla 28 Ocak 2010 tarihinde çalıştay gerçekleştirilmiştir. Tasarım ile ilgili paydaşların katkıları ile hazırlanan Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planı, ülkemizde tasarım alanında oluşturulan ilk kapsamlı strateji çalışması olması bakımından önem arz etmektedir. Bu tasarım strateji belgesinin oluşumunda tekstil ve moda tasarım ile ilgili paydaşlar da yer almıştır. Çalıştay ve sonraki çalışmalar neticesinde oluşturulan "Tasarım Strateji Belgesi"nin genel amacı ve elde edilen sonuçlar ise aşağıda verilmektedir. Genel amaç;

"İnsana ve çevreye duyarlı, katma değeri yüksek tasarımların yaratılması ve korunması, ülkemiz tasarım ve tasarımcıların sürdürülebilir bir şekilde dünya ile rekabet edebilir hale getirilmesi ve "Türk Tasarım" kimliğinin tanınması ve yerleşmesini sağlamak amacıyla gerekli idari, yasal ve teknik alt yapıyı geliştirmek"

biçiminde belirlenmiştir. Tasarım Strateji Belgesi oluşturulması çerçevesinde bütün sektörlerle yönelik elde edilen genel sonuç ise aşağıdaki gibidir;

- Tasarım konusunda genel amaç belirlenmiş,

- Tasarım konusunda ülkemizin güçlü ve zayıf yanları ortaya konulmuş,
- Gerekli müdahale alanları tanımlanmış,
- Genel amaç doğrultusunda, her bir müdahale alanı için hedefler oluşturulmuş ve bu hedeflere ulaşmak için yürütülecek faaliyetler ve performans göstergeleri belirlenmiş
- Bu faaliyetler bir eylem planına dönüştürülmüştür.

Tasarım Strateji Belgesi'nde tekstil ve moda tasarım sektörüne yönelik olarak; “ Tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinin müşteri odaklı, hızlı ve esnekliği ile üretici özelliklerini geliştiren, tasarım, koleksiyon ve marka yaratabilen yenilikçi, çevreye duyarlı, pazarlama ve üretim kanallarında etkin olan bir yapıya dönüşümü desteklenecektir (Yenilikçi Üretim, İstikrarlı Yüksek Büyüme / İmalat Sanayinde Dönüşüm)” ibaresi yer almaktadır. Ayrıca Tasarım Strateji Belgesi'nde sektöre yönelik eğitim ve tasarım yarışmalarına değinilmiş olup, sektörel eğitim konusunda; “Moda Tasarımı”, “Moda ve Tekstil Tasarımı”, “Tekstil Tasarımı” ve “Tekstil ve Moda Tasarımı” gibi farklı lisans düzeyinde eğitim verildiği belirtilmektedir.

Tasarım Strateji Belgesi Hedefleri

Hedef 1: *Tasarım ile ilgili mevzuat, tasarımcıların ve iş dünyasının ihtiyacına cevap verecek şekilde uluslararası standartlara uyumlu hale getirmek ve uygulamaları etkinleştirmek.*

Hedef 2: *Tasarım ile ilgili destekleri çeşitlendirmek ve bu desteklerin etkinliğini artırmak,*

Hedef 3: *Tasarım duyarlılığını eğitimin bütün aşamalarına yaymak ve insana ve çevreye duyarlı, katma değeri yüksek tasarımlar yapabilecek yetkinlikte tasarımcılar yetiştirmek,*

Hedef 4: *Tasarım ile ilgili sanayici, eğitimci, meslek örgütü, ve kamu kuruluşu gibi farklı aktörler arasında iletişim ve işbirliğini güçlendirmek,*

Hedef 5: *Toplumda ve sanayide tasarım farkındalığını arttırmak,*

2.4.3. Moda Tasarım Hukuku

Moda Hukukunun temel öznelerinden birisi olan moda tasarım hakkının, hangi hak kapsamında olduğu ve hangi kanun çerçevesinde konumlandırıldığı büyük önem taşımaktadır. Bir tasarımın hangi hakla tanımlandığı, hakkın doğumu, usulü, koruma süresi veya ihlali halinde izlenecek hukuki yollar da buna bağlı olarak farklılık arz edecektir.

Tasarımcı Şirket, Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre kurulmuş, Türkiye'de ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan ve tasarımcının ortak olduğu Endüstriyel Ürün Tasarımı veya Moda Tasarımı alanlarında faaliyet göstermekte olan şirketler olarak tanımlanmaktadır. Mevcut uygulamaya bakıldığında, moda tasarımlarının, 554 sayılı Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkındaki Kanunun Hükmünde Kararname (554 sayılı KHK) çerçevesinde tescile bağlandığına rastlanılmaktadır. Bu yol moda tasarımcılarından ziyade, moda evleri veya tekstil firmaları tarafından daha aktif şekilde izlenen bir yoldur.

Moda sektörünün hızlı bir değişim göstermesi tasarımların kopyalanma tehlikesini de beraberinde getirmektedir. Bununla beraber, tasarımların tek tek değil de, koleksiyonunun tümünün, genel de çoklu tasarım olarak tescil edilmesi de sık rastlanan bir durumdur (Özdoğan, LL.M ve Gökçe İzgi , 2011)

2.4.4. Teşvik Durumu ve Sektöre Yönelik Kümeleme

Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü tarafından uygulanmakta olan **Ür-Ge Tebliği vizyonu**, yerel dinamiklerin harekete geçirilmesine olanak sağlayarak işbirliği kuruluşlarının önderliğinde firmalar arasında kurulan işbirlikleri ile ihracat seferberliği başlatmaktadır. Bakanlığın misyonu kümelenme yaklaşımını esas alan ve etkin proje yönetimi ile hayata geçirilen projelerle başlatılan ihracat seferberliğinin kalıcı bir başarıya dönüşmesini sağlamak olup, bu amaca yönelik tasarım desteği bulunmaktadır.

Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ (2008/2), Türkiye’de tasarım ve inovasyon kültürünün oluşturulması ve yaygınlaştırılmasını teminen tasarımcı şirketleri/tasarım ofisleri ve işbirliği kuruluşlarının gerçekleştireceği tanıtım, reklam, pazarlama, istihdam, danışmanlık harcamaları, yurt dışında açacakları birimlere ilişkin giderleri ile şirketlerin yurtdışı pazarlara yönelik yüksek katma değerli ürün geliştirmek amacıyla yürütecekleri tasarım ve ürün geliştirme projelerine ilişkin giderlerin Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu’ndan karşılanmasını amaçlamaktadır.

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birlikleri’nin Ür-Ge kapsamında hazırladığı **“Hazır Giyim Sektöründe Tasarım, Trend ve Tanıtım Odaklı İşbirlikleri ile Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi” Kümelenme Çalışması**, ise Ekonomi Bakanlığı tarafından onaylanarak Haziran 2013’te hayata geçirilmiştir. Çalışma kapsamında bir araya gelen firmalar Hazır giyim ve Tasarım Kümesi olarak bugüne kadar çeşitli danışmanlık, eğitim ve yurtdışı pazarlama faaliyetlerinde bulunmuşlardır.

Fizibilite konusu yatırım fiziki olarak BUTEKOM’un yürütücülüğünü üstlendiği ve halen yatırım süreci devam eden Teknik Tekstil Mükemmeliyet Merkezi bünyesinde gerçekleştirilecek ilâve bir yatırım olarak planlanmış olup, genel yatırım teşviklerden yararlanamamaktadır. Ancak yatırım sonrası işletme döneminde programların uygunluğuna göre “Moda ve Tasarım Merkezi” teşvik veya hibe programlarından faydalanabilecektir.

2.5. Dünyada Moda Tasarım Merkezleri ve Eğitimi

Hazır giyim ürünleri üretiminin gerçekleştiği sanayinin coğrafi dağılımı yaygın bir yapı sergilerken, değer yaratan aktivitelerin -markalaşma, tasarım ve pazarlama- küresel bir yapı sergilemediği ve yaratılan değerlerin belirli alanlara aktığı görülmektedir. Özellikle, Paris, Milano, New York, Londra'nın öncü olarak sayılabileceği bu küresel kentler, aynı zamanda moda trendlerinin belirlendiği, tasarımın hem yaratıldığı hem de tüketildiği alanlar olarak ön plana çıkmaktadır. Ayrıca yaratıcı düşüncenin birçok kaynaktan beslendiği bu merkezlerin, moda alanındaki bilgi birikimlerinin geçmiş deneyimlere dayandığı görülmektedir. 1800'lerin ortalarından 2000'li yıllara kadar Paris'te uluslararası ölçekte tanınan 40'a yakın tasarımcının yaşamış olması yaratıcı çevrenin varlığının göstergesi niteliğindedir. Dünya

WGSN

Julian ve Marc Worth, WGSN (Worth Global Style Network) firmasını 1998 yılında Londra'da kurmuşlar ve dünyada ortaya çıkan en başarılı on-line tahmin hizmetlerinden birisidir.

WGSN; moda, tasarım, tarz endüstrilerine, araştırma, trend analizleri ve en yeni haberleri sunar ve global danışmanları ile 500 kişilik ekibe sahiptir. Trend takipçileri, en trendler hakkında WGSN'e bilgi sağlayan dünya genelinde üniversitelerde ve diğer mekanlarda konumlanmış kişilerdir.

WGSN ekibi, tecrübeli yazarlar, fotoğrafçılar, araştırmacılar, analistler ve trend takipçilerinden oluşur. Şirket yalnızca en son moda trendlerini değil, aynı zamanda hızlı hareket eden perakende mağazalarını, yeni tasarımcıları, yeni çıkan markaları ve işletme yeniliklerini izler. Londra, New York, Hong Kong, Seul, Los Angeles, Melbourne, Tokyo ve İstanbul'da ofislere sahiptir. Müşteri listesi uzun ve etkileyicidir.

WGSN; 2003 yılında kurulan "Stylesight" Trend Servisini global olarak bünyesine katmıştır. Şirket bünyesinde "HomeBuildLife" ve "Instock" olarak ayrıca 2 ürünü daha bulunmaktadır. 87 ülkede 75.000 kullanıcıya ulaşan WGSN'in üyeleri arasında dünyanın birçok tanınmış markasına sahiptir. Yıllık üyelik sistemi ile çalışan WGSN'in her gün yenilenen içeriğinde;

- *WGSN ekibi tarafından gelecek sezonlara özel hazırlanan orijinal ve yüksek çözünürlükte 74.000'den fazla yüklenebilir formatta baskı, grafik ve clip-art tasarımları ve 75.000'den fazla yüklenebilir formatta vektörel CAD çizimleri;*
- *Sosyologlarla birlikte oluşturulan tüketici araştırmaları ve 2 yıl ilerisine kadar olan her sezona özel makro trendler, renk ve materyal yönlendirmeleri;*
- *Yılda 200 moda ve tasarım fuarı (Premier Vision, Munich Fabric Start, Bread&Butter, Pitti Uomo, CPH, Pure London, Magic, Interfiliera, Kingpins, Capsule vb.);*
- *Her sezon 22.000 üzerinde defile fotoğrafı, video çekimleri ve WGSN ekibinin defile analizleri; her ay 7-8 farklı şehirden 10.000'in üzerinde vitrin fotoğrafı, mağaza raporları, en çok satan ürün analizleri;*
- *Kategoriye özel (Bayan giyim, erkek giyim, çocuk giyim, ayakkabı, aksesuar, spor giyim, kozmetik, denim, iç giyim/plaj giyimi, triko, genç giyim); renk, silüet, detay, kumaş, baskı & grafik ve diğer tüm detayları ile ileriki sezon trend analiz ve raporları;*
- *Global haberler, sektörel makaleler, pazar araştırmaları, vitrin tasarım analizleri vb. raporlar yer alan bazı başlıklar;*
- *Türkiye'de 300 den fazla ve Dünyada 40.000 üyeleri bulunmakta olup, WGSN'nin yıllık üyelik ücretleri 15.500 sterlin, ek servisler ekstra ücret gerektiriyor. **Kaynak:** WGSN İstanbul Ofisi ve BUTEKOM derlemeleri*

moda trend araştırmacılarından WGSN ve Promostyl şirketleri sektörün en büyükleri olarak kabul edilmektedir. Moda Eğilim Araştırmaları yapan şirketler arasında Sacha Pacha, Trend Union ve Peclars örnek olarak gösterilebilir.

Diğer yandan yurtdışındaki moda tasarımı eğitimi programlarına bakıldığında ise; moda tasarımı eğitiminin özellikle Fransa, İtalya ve İngiltere gibi bu alanda söz sahibi ülkelerde oldukça gelişmiş olduğu görülmektedir. Fransa'da Mod'Art, Uluslararası Moda ve Sanat Okulu dünyaca ünlü bir moda okuludur.

Eğitim programları moda tasarımı, modelistlik, stilistlik, moda aksesuarları, moda yönetimi bölümlerini kapsamaktadır. İtalya'da sanat ve tasarım üzerine eğitim veren çok sayıda sanat ve tasarım okulları vardır. Bu okullar, hem uluslararası geçerli diplomaları hem de mezunlarının sanat ve tasarım camiasında iyi konumda olmaları sebebiyle en çok tavsiye edilen okullardır. Bu okullarda moda, sanat, iç tasarım, endüstriyel tasarım, grafik tasarım, görsel tasarım ve daha birçok İtalya'ya özgü program bulunmaktadır.

Dünya çapında tanınan birinci sınıf üniversitelerden olan NABA (Nouva Accademia di Belle Arti Milano) ve Domus Academy en önemlileridir. NABA ve Domus

Academy'de verilen program başlıkları ürün tasarımı, iç tasarım, endüstriyel tasarım, sergi tasarımı, sanat ve tasarım, medya&iletişim, moda ve tekstil tasarımı, restorasyon, mücevher tasarımı, aksesuar tasarımı, reklamcılık, grafik tasarım şeklinde gruplandırılmaktadır.

Köklü ve dinamik bir eğitim sistemine sahip olan İngiltere'de üniversiteler, kolejler ve yüksekokullar, verdikleri eğitimin kalitesi ile ün yapmış ve saygınlık kazanmıştır. Bu eğitim kurumlarının verdikleri dereceler tüm dünyada tanınmaktadır. İngiltere'deki üniversitelerden alınan diplomalar iş yaşamında başarının kapısını açan anahtarlardır. Örneğin American Intercontinental University; hem Amerikan hem de İngilizler tarafından tanınan ve dünyanın birçok ülkesinde yıllardır başarılı şekilde eğitim veren kıtalararası bir üniversitedir. Kurumun eğitim kadrosu, uzman öğretim elemanları yanında modacılar, pazarlamacılar, gazeteciler, stilistler ve alıcılardan oluşmaktadır. Eğitim, kalabalık olmayan sınıf ve atölye ortamında ve

Domus Academy

Domus Academy 1982 yılında Milano'da kurulmuş ve İtalya'da yüksek lisans eğitim veren ilk yer olmuştur. Çalışmalar İtalyan Dizayn ve Moda deneyimine dayanarak proje ağırlıklı yürütülmektedir. Yıllar geçtikçe moda eğitiminde lisans sonrası eğitimin ne kadar önemli olduğunun farkına varmışlardır. Proje şeklinde çalışmalar özellikle araştırma laboratuvarlarında inovasyona modaya dayalı yürütülmektedir. Şuan itibarıyla 12 farklı dalda yüksek lisan eğitimi vermektedir. 2009 yılında ise Domus Akademi Uluslararası Üniversite Ağlarına (UUA) katılmıştır. UUA Kuzey Amerika, Latin Amerika, Avrupa, Asya ve Orta Doğu gibi 29 farklı ülkeden toplam 75 adet akredite kampüsten oluşmaktadır.

DARC - Domus Academy Research Center: 1985 yılında Domus Akademi bünyesinde kuruldu ve genel olarak araştırma danışmanlık hizmeti yapmaktadır. Şirket üst yöneticilerine, ünlü moda tasarımcılara, tasarım gruplarına, medya gruplarına danışmanlık hizmetleri vermektedir. Aynı zamanda yeni proje çalışmaları da yürütülmektedir.

CITEVE Moda ve Tasarım Birimi (Portekiz)

Trend araştırmaları; Tüketici Trendlerin Araştırılması, Analizi ve Çıkarılması, Konsept Sunumları, Mood Board Düzenlemeleri, Renk Araştırmaları ve Trendleri, Anahtar Parçalar ve Çizimlerin Çıkarılması-Araştırılması, Moda, Tekstil ve İç Mimarlık Endüstrisine yönelik çeşitli danışmanlıklar, Moda Trendleri ile ilgili sözlü ve görsel sunumları hazırlamak. Citeve bünyesinde www.trendsmood.com web sitesi hizmet vermektedir. Bu site üzerinden çeşitli moda trendleri, etkinlikler, araştırmalar yayımlanmaktadır.

Akademi, Premiere Vision, Koleksiyon Geliştirme, Stand ve Trend Forumların Geliştirilmesi, Kurumsal Giysi Geliştirme, Moda tasarımı gibi faaliyetleri bulunmaktadır.

teknolojik gelişmeler doğrultusunda verilmektedir. Mezuniyet öncesi öğrencilerden kendi kreasyonlarını oluşturmaları istenmektedir. Bu tasarımlar her yıl yapılan; satıcıların, basın ve halkın katıldığı moda şovundaki sunumda kullanılmaktadır (Müsiad, 2009). Dünya da moda tasarım eğitimi ve danışmanlığı yönelik bazı okulların listesi EK 1’de verilmektedir.

2.6. Türkiye de Moda Tasarımı

1980 sonrası ekonomide liberalleşme politikalarıyla Türkiye pazarına yabancı sermaye ve yabancı mallar girmeye başlamış ve aynı oranda Türkiye ihracatla dış pazarlara açılmıştır. Dünya markalarının hazır giyim piyasasında yer almaya başlaması ile birlikte moda tasarım ürünlerinin tüketimine olan talep de artış göstermiştir. 80’lerde tekstile dayalı dış ticaret ilişkileri, 90’lı yıllarda ise giyim ihracatı ağırlık kazanmıştır. Türk ekonomisindeki yapısal değişimin yaşandığı bu dönemde, ucuz işgücü, diğer sanayi kollarına göre giyim ve tekstilin daha az sermaye gerektirmesi, gerekli hammaddelerin yereldeki varlığı sektörün hızla gelişmesini sağlamıştır. Ayrıca, büyük ölçekli işletmelerin sayısı hazır giyim sektöründeki dış ticaret ilişkilerinin gelişimiyle artış göstermiştir. İstanbul gibi büyük kentlerde sermayenin varlığı nedeniyle sanayinin yer seçimiyle orantılı olarak tekstil ve hazır giyim sektörü de kentte yoğunlaşmaya başlamıştır.

Moda tasarım sektörünün Türkiye’de ki en önemli başkenti İstanbul’dur. Moda tasarım sektörünün coğrafi özellikleri

İMA (İstanbul Moda Akademisi)

İMA, Avrupa Birliği, Ekonomi Bakanlığı ile İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) işbirliğiyle 2007 yılında kurulmuştur. İMA Uluslararası Moda Okulları Birliği (IFFTI) üyesidir. Akademik alanda stratejik ortağı olan University of Arts London/London College of Fashion’ın yanı sıra Polimoda, Institut Français de la Mode, Nottingham Trent University ile işbirliği içinde olan İMA dünyaca ünlü bu moda okullarıyla eşzamanlı bir eğitim programı takip eder, öğrencilerine uluslararası moda okulları, markaları ve tasarımcılarına ulaşma fırsatı sunar. İMA’nın temel eğitim alanları “Moda Tasarımı, Moda Yönetimi, Teknoloji ve Ürün Geliştirme, Moda İletişimi ve Medya” dır.

İMA Kütüphane Birimi; 6000 yayına ulaşan koleksiyonu ile Türkiye’nin en kapsamlı ilk moda kütüphanesidir. Moda profesyonellerinin ve sektörün kullanımına açık olan kütüphanede, 5.528 kitap, 59 belirli aralıklarla çıkan dergi, 438 çoklu ortam materyali, 7 adet trend tahmin yayını ayrıca elektronik dergi ve veri tabanlarını kapsayan koleksiyona sahiptir.

Eğitimler: Akademik Programlar, Profesyonel Gelişim Programları, Moda Tasarımı Diploma Programı, Moda Yönetimi, Moda Satın Alması, Moda Perakendesinde Merchandising, Görsel Mağazacılık ve Vitrin Tasarımı Global Pazarlarda Markalaşma (London College of Fashion işbirliği ile), Moda İletişim ve PR, Stil Danışmanlığı, Moda Fotoğrafçılığı, Moda Editörlüğü, Styling, Modada Blog Yazarlığı ve Sosyal Medya, Moda Tasarımında Photoshop ve Illustrator, Moda İllüstrasyonu, Dijital Baskı Teknikleri, Moda Girişimciliği, Kısa Eğitimler, Kurumsal Eğitimler ve Danışmanlık, Yaz Okulu

Kaynak: İMA Web Sitesi

irdelendiğinde günümüzde üretim ve tasarım faaliyetleri küresel eğilimlere göre birbirinden farklı konumlarda gelişme eğiliminde olmasına rağmen birçok moda merkezinin üretim geçmişinin de olduğu bilinmektedir. Tabi bu eğilim sadece sanayinin yer seçimi çerçevesinde şekillenmemiştir. Ayrıca ilgili diğer yaratıcı sektörlerdeki yığılmaların varlığı, ticari ve ekonomik anlamda İstanbul’un merkezi niteliği, moda ile ilgili fuar, etkinlik ve defilelerin daha çok İstanbul’da gerçekleşmesi ve üniversitelerin moda tasarım bölümleri ile özel moda tasarım eğitimi veren

kurumların yer seçimi, hatta tarihi kimliği, İstanbul'un Türk Modasının merkezi olarak nitelendirilmesine etkide bulunan önemli faktörlerdir.

Diğer yandan küresel ölçekte fason üretim üzerine kurulu pazar yaklaşımı süreç içinde dünyada hazır giyim ve tekstil sektörlerinde yaşanan yapısal değişimlerin de etkisiyle marka yaratma çabasına dönüşmüştür. Firmalarda katma değeri yüksek ürünler imal etme amacıyla tasarımın üretim sürecine katıldığı görülmektedir. Özellikle İstanbul'da 2000 sonrası moda tasarım sektörünün gelişiminde önemli adımlar atılmıştır. Hazır giyim ve tekstil birlikleri bu kapsamda devlet ve sektör desteğiyle eğitim, finans, tanıtım, ar-ge çalışmalarına yön verecek önemli yatırımlar yapmaya başlamış olup, Ağustos 2009'dan itibaren İstanbul Moda Haftası uluslararası katılımı gerçekleştirilmeye başlanmıştır. İlgili birliklerin ve aktörlerin sektör içinden ve kamudan aldığı destekle önemli projeler geliştirilmiştir. Bu ve benzeri adımlar aslında geç olmakla birlikte İstanbul başta olmak üzere, Bursa, İzmir, Ankara ve diğer illerde potansiyelin ortaya çıkmasına ve büyümesine katkı sağlamaktadır.

2.6.1. Sektörel Arz Durumu

Teknolojinin sınırları zorlandığı günümüzde üretime dönük mesleki eğitimin ülkeler açısından çok önemli olduğu bilinmektedir. Bu konudaki ihtiyacın karşılanabilmesi için öncelikle usta-çırak ilişkisinin olduğu sektörde, zaman içinde kaliteli eleman ihtiyacının artışı ile birlikte örgün ve yaygın eğitim kurumları devreye sokulmuş olup, bu bağlamda moda tasarımı eğitimi de önem kazanmıştır. Türkiye'nin bu alanda kendini dünyaya kabul ettirebilmesi, ancak iyi bir moda tasarımı eğitimi sonucunda moda tasarımcılarını yetiştirmesi ve sektöre yönelik periyodik araştırma raporları ile sağlanabilecektir.

Türkiye'de hazır giyim sektörünün ihracatta itici güç haline dönüşmesi ile birlikte son yıllarda (10-15 yılda) moda tasarımı alanında eğitim veren yeni (kamu-vakıf) fakülte ve yüksekokullar açılmıştır. Bunların yanı sıra sektörün arz kapasitesini oluşturan az da olsa mesleki örgütlerin eğitim programları (İMA gibi) ile çok sayıda ve alt program bazında çeşitli özel kursların sektörde yer aldığı dikkati çeken bir gelişmedir.

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü; Dokuma Tasarımı, Baskı Tasarımı ve Giysi Tasarımı sanat dallarından oluşmaktadır. Bölüm, tekstil, hazır giyim ve moda sektörüne çağdaş, yaratıcı ve özgün tasarımlar üretebilen, modayı oluşturabilecek öncü fikirleri değerlendirebilen, malzemeyi ve üretim tekniklerini bilen tasarımcılar yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Eğitim programları; öğrencilerin kişisel özelliklerini ve yeteneklerini geliştirebilmelerini, biçim, renk, malzeme, yapı, işlev ilişkilerini kurarak kişiliklerine uygun sentezlerle yaratıcı ve özgün öneriler sunabilmelerini amaçlayan bir yaklaşımla oluşturulmuştur. Bölüm öğrencileri dört yıllık lisans eğitimi süresince, dokuma, baskı ve giysi tasarımı disiplinlerini paralel olarak almaktadırlar.

Ülkemizde halen (farklı kulvarlarda olsalar da) hazır giyim sektörüne yönelik moda tasarımı eğitimi veren beş kurumdan söz etmek mümkündür. Bunlar;

- Eğitim süresi dört yıl olan **Güzel Sanatlar Fakülteleri** ile **Mühendislik Fakülteleri** (YÖK'e bağlı),
- Eğitim süresi iki yıl olan **Meslek Yüksekokulları** (YÖK'e bağlı),
- Eğitim süresi üç veya dört yıl olan **Kız Meslek ve Anadolu Kız Meslek Liseleri** (MEB'e bağlı),
- Eğitim süresi iki veya üç yıl olan **Kız Teknik Öğretim Olgunlaşma Enstitüleri** (MEB'in Çıracılık ve Yaygın Eğitim Kurumuna bağlı),
- **Özel Kurslar** (MEB'in Özel Öğretim Kurumuna bağlı).

Ülkemizde giderek büyüyen tekstil ve moda sektörü, tekstil ve moda tasarımı alanlarında eğitim veren okulların yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Pek çok ilde ve ilçede mesleki ortaöğretim kurumlarında tekstil, giyim teknolojileri, moda, konfeksiyon, giyim, hazır giyim, moda tasarımı ve tekstil tasarımı gibi programlarda eğitim verilmektedir. Farklı kurumlara bağlı olan bu okulların arasında tam bir entegrasyon, organik bağ mevcut değildir. Her birinin hedefi, ders programı, kazandırılmak istenen beceri seviyeleri bağımsız olarak tayin edilmektedir.

Lisans düzeyinde eğitim veren yükseköğretim kurumlarında hazır giyim sektörüne yönelik olarak moda tasarımcısı, moda tasarımı öğretmeni ve yönetici eleman yetiştirilmesi amaçlanmaktadır. Mevcut durumda lisans düzeyinde YÖK'e bağlı fakülte düzeyinde eğitim veren 28 üniversite (yıllık kontenjanı 850 öğrenci) ve ön lisans (meslek yüksekokulu) düzeyinde 35 (yıllık kontenjanı 2.173 öğrenci) okul bulunmaktadır. Bu lisans ve ön lisans okullarına ilişkin bilgiler EK 3'de verilmektedir.

Kız Teknik Öğretim Olgunlaşma Enstitüleri

İlk kez 1945 tarihinde açılan ve halen 14 ilde 15 Enstitü'de faaliyet gösteren Kız Teknik Öğretim Olgunlaşma Enstitüleri, 2 yıl süreli döner sermaye ile işletilen kurumlardır. Enstitülerin amacı, en az ilköğretim okulunu bitirmiş öğrencilerin Türk giyim ve el sanatları konusunda bilgi ve becerilerini geliştirmelerine imkân sağlar. Enstitüler geleneksel Türk giyim ve el sanatları alanlarında araştırma, geliştirme, değerlendirme, arşivleme ve üretim çalışmaları yapan kişiler yetiştirir, böylece Türk el sanatlarının yaşatılmasını sağlar.

Kız Teknik Öğretim Olgunlaşma Enstitüleri, sanatsal ağırlıklı eğitim ve üretim çalışmalarını birlikte sürdürür. Kaybolmaya yüz tutmuş Türk El Sanatlarının yöntemlerini öğretirken bunların asıllarına sadık kalınarak gelecek kuşaklara aktarılmasına öncülük eden Enstitüler, seçkin el sanatı örneklerini yurt içi ve yurt dışında tanıtır. Millî Eğitim Bakanlığı'nca belirlenen bazı bölümlerine en az lise ve meslek lisesi mezunları alınmaktadır.

*1997-1998 öğretim yılından itibaren Kız Teknik Öğretim Olgunlaşma Enstitüleri'nde, sektörel ihtiyaçlar ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda yenilenen programlar uygulamaya konulmuş, aynı öğretim yılında bünyelerinde kız meslek liseleri de açılmıştır. Bu okullar Adana; Ankara; Antalya; **Bursa**; Diyarbakır; Eskişehir; İstanbul/ Beyoğlu; İstanbul/Üsküdar; İzmir; Mardin; Kayseri; Konya; Samsun; Trabzon illerinde eğitim vermektedir.*

Kaynak: <http://mebk12.meb.gov.tr>

Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı Kız Meslek ve Anadolu Kız Meslek liseleri, giyim üretim teknoloji bölümünde sektöre yönelik moda tasarımcılarını yetiştirebilmek adına eğitim vermekte olup, bu okullara giriş de özel yetenek sınavı yapılmamaktadır.

Özel moda tasarım kurslarında ise; temel sanat, moda resmi, kalıp, dikim teknikleri, giysi tasarımı, işletme bilgisi dersleri verilmekte ve alana yönelik proje çalışmaları yaptırılmaktadır. Kursların amacı, hazır giyim sektörüne tasarımcı yetiştirmektir. Bu kurslarda tasarımcılar koleksiyon araştırma aşamasından, numune üretimine, modelhaneden vitrin düzenine kadar geniş bir perspektifte yetiştirilmektedirler. Moda tasarımı kurslarının eğitim süresi programına göre genellikle 12 aya kadar çıkmaktadır. Bu sürede kursiyerler branşları ile ilgili teorik ve pratik dersler alırken aynı zamanda alanlarına yönelik staj da yapmaktadır.

Anlaşılacağı üzere Türkiye'de moda tasarımı eğitimi veren kurumlar ortaöğretimde meslek liseleri ile olgunlaşma enstitüleri, yükseköğretimde ise iki yıllık ön lisans ve dört yıllık lisans düzeyinde eğitim veren devlet ve vakıf üniversiteleridir. Ayrıca bazı üniversitelerin yeni olmakla birlikte yüksek lisans ve doktora programları da mevcuttur. Son

yıllarda sektöre yönelik vakıf üniversitelerinin moda tasarım bölümleri açtığı da gözlenmektedir. Mezun olan öğrencilerin moda tasarımcısı, stilist, modelist, moda işletmecisi gibi unvanlarla sektörde iş bulabildiği gibi moda tasarımı öğretmeni olarak istihdam edildikleri görülmektedir. Diğer yandan bir kısım üniversiteler, yurt dışı bağlantıları sayesinde moda tasarımı konusunda tecrübeli misafir öğretim elemanlarından da yararlanmaktadır.

Bursa ilinde moda tasarım konusunda eğitim; Bursa merkez ve ilçelerinde sektöre yönelik eğitim veren 40 adet meslek lisesi bulunmaktadır. Bu meslek liseleri içerisinde yer alan **Giyim Üretim Teknolojileri** programı kapsamında sektöre yönelik “Kadın Giyim Modelistliği” ve “Kadın Terziliği” alt dallarında eğitim verilmektedir. Yine bu programlar içerisinde 11. ve 12. sınıflar olarak 2014-2015 eğitim döneminde 567 kız ve 48 erkek öğrenci eğitim görmektedir. Diğer yandan yine il merkezi ve ilçelerinde Halk Eğitim Merkezi – Meslek Teknik Kurslar – Giyim Üretim Teknolojisi alanında 100'e yakın değişik alt dallarda kurs faaliyetleri sürdürülmektedir (Bursa İl Millî Eğitim Müdürlüğü, 2015).

Özel Moda Tasarım Kurs Programları

Bu kapsamda verilen kurslar genel olarak; Moda Tasarım Kursu, 3D Moda Tasarım Kursu, Stilistlik Kursları, Elde Çizim Stilistlik Bilgisayarlı Stilistlik, 3D Bilgisayarlı Stilistlik Kursu, Elde Modelistlik, Modelistlik, Bilgisayarlı Modelistlik, 3D Modelistlik Kursu, Gerber v8 kursu, Assyst Kursu, Ayakkabı Modelistliği, 3D Ayakkabı modelistliği, Çanta Aksesuar Modelistliği, Desinatörlük Kursu, Dokuma Desinatörlüğü, Nakış Desinatörlüğü, Triko Desinatörlüğü, Halı Desinatörlüğü, Etiket Desinatörlüğü, Baskı Desinatörlük, Submilasyon Desinatörlüğü, Rotasyon Baskı, Pano Baskı, Transfer Baskı Desinatörlüğü, Eşarp Desinatörlüğü, Dijital Baskı Grafikerlik, Photoshop Kursu, Corel Draw Kursu, Biçki Dikiş Nakış Kursu, Takı Tasarım, Taş Dizim Grafikerliği, İllustrator Kursu, Abiye Gelinlik Kursu, Dijital Fotoğrafçılık, Fashion Studio Kursu, Kumaş Giydirme, Desen Raportlama, Desen Tasarımı, Renk Varyant, Renk Bilgisi Kursu, Modelistlik Çizimleri, Modelistlik Kalıpları, Moda Tasarım Çizimleri, Stilistlik Programlar, Stilistlik Çizim Trendleri, Stilist Çizimleri, Stilistlik Çizim Programları, Desinatörlük, Moda Tasarım Programları, Moda Teknik Danışmanlık kursları başlığı altında toplanmaktadır.

Kaynak: http://www.dunyagrafik.com/moda_tasarim.html

Sektöre yönelik Bursa Sanayi Ticaret Odası tarafından kurulmuş olan BUTGEM Eğitim Merkezi faaliyetleri de bulunmaktadır. BUTGEM - Meslek Edindirme Geliştirme kursları ile “Tekstil Desen Tasarımı”, “Konfeksiyon Kalıp Tasarımı” ve “Jakarlı ve Armürlü Dokuma” kollarında programlar mevcuttur.

2013 ve 2014 yıllarında Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği tarafından eğitimler düzenlenmiştir. Moda tasarım sektöründe nitelikli eleman ihtiyacının karşılanması için UHKİB üyesi firmaların moda tasarım bölümünde çalışan personele yönelik olarak kısa süreli (1-2 günlük) eğitimler verilmiştir.

Lisans düzeyinde Uludağ Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 2007-2008 döneminde eğitim ve öğretim faaliyetine başlamış olup, mevcut durumda Resim ve Sahne Sanatları bilim dallarında eğitim ve öğretim faaliyetleri bulunmaktadır. Diğer yandan Tekstil ve Moda Tasarımı ile Grafik Tasarım bölümü kurulmuş olmasına rağmen, bu bölümlerde eğitim ve öğretim faaliyeti henüz verilmemektedir (uludag.edu.tr/moda).

Faruk Saraç Tasarım MYO - Bursa

2010 tarihinde Bursa'da eğitim-öğretime başlayan Faruk Saraç Tasarım MYO, 2 yıllık ön lisans eğitim verilen bir vakıf okuludur. Eğitim yapılan okulun Bursa'daki tarihi Fabrika-i Hümayun binası, 19. yüzyıl ortalarında Osmanlı saraylarına ipek halı ve kumaş üretmek için kurulmuş olup Cumhuriyet döneminde tütün deposu olarak kullanılmıştır.

Okulun sektöre yönelik eğitim programları ve kontenjanları; moda tasarım 75, moda yönetimi 40, grafik tasarım da ise 35 öğrencidir.

Eğitim sonucunda öğrenciler; Moda Tasarımcısı, Kadın Giyim tasarımcısı, Bebe-Çocuk Giyim tasarımcısı, Erkek Giyim Tasarımcısı, Moda Editörlüğü, Kostüm Tasarımcılığı, Desinatörlük, Stil Danışmanlığı, Stilistik, Modelistik ve ayrıca sektöre kendi atölyelerini, iş yerlerini veya moda evlerini açarak da kariyer fırsatları oluşturabilmektedirler.

Ayrıca okul mesleki ve teknik eğitim bölgesinde (METEB) bulunduğu için meslek liselerinin ilgili alanlarından mezun olan öğrenciler, sınavsız geçiş hakkından yararlanarak yüksekokulu tercih edebilmektedir.

Kaynak: www.faruksarac.edu.tr

UHKİB Kısa Süreli Eğitimler

- Moda Tasarımı İleri Düzey Eğitimi
 - Photoshop CS6 Eğitimi
 - Tasarımcılar İçin Moda Tasarım ve Yeni Trendler Eğitimi
 - Hazır Giyim Sanayinde Tasarım ve Koleksiyon Yönetimi
 - Drapaj Eğitimi
 - Kalıp Eğitimi
 - Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektöründe Yeni Trendler, Sektörde Yeni Akımlar ve Bu Akımlardan İlham Alma
 - Baskı Boyaları
- Kaynak:** BUTEKOM

2.6.2. Sektörel Talep Durumu

• Dünya

2005 yılında kotaların kalkmasıyla birlikte, dünya hazır giyim pazarında (dolayısıyla moda tasarımında) hem arz hem de talep yönünde yüksek bir rekabet yaşanmaya başlamış olup, bu yıldan sonra dünya tekstil ve hazır giyim pazarındaki koşullar da önemli ölçüde değişmiştir. Kotaların kalkmasıyla dünya tekstil ve hazır giyim pazarlarındaki firmaların 2005 öncesinde sahip oldukları tedarik imkanları büyük ölçüde sınırlanmış ve yeni koşullar ortaya

çıkıştır. Yeni dönemde ortaya çıkan koşullardan birisi de ürün tedariki yanında hizmet sunumudur.

Dünya hazır giyim pazarında yaşanan bu gelişmeler, hızlı moda kapsamında müşteri isteklerinin artmasını ve hızla değişmesini sağlamış, bu durum ise üreticilerin yılda 12-18 koleksiyon hazırlamasını beraberinde getirmiştir. Sektörde yaşanan bu hızlı değişim gerek dünya gerekse Türkiye moda tasarım talebini direkt olarak etkilemektedir. Yeni dönemde hızlı moda da koleksiyon yönetimi; müşteri talebine, üretim hızına ve çeşitliliğine

Çin'in DTÖ'ne Üyeliği ve Kotaların Kalkması

Dünya tekstil ve hazır giyim ticaretine etki eden en önemli olay, Çin'in 11 Aralık 2001 tarihinde DTÖ'ye 143. üye olarak girmesi olmuştur. Çin bu üyelikle, DTÖ'nün "Tekstil ve Konfeksiyon Antlaşması'na tabii olmuş ve 2005 yılından itibaren kotaların kaldırılmasıyla tekstil ve konfeksiyon ihracatını önemli oranda artırmıştır. Bununla birlikte, 1,3 milyarlık nüfusa sahip olan Çin aynı zamanda önemli bir pazar durumuna gelmiştir.

uyum sağlayacak şekilde koordineli olması gerekliliğinin önemini daha da arttırmıştır. Sektörde bir sonraki koleksiyonu vitrinde sunma süresi her geçen gün kısaltılmakta, bu süreci en verimli şekilde planlamak ve her bir ürüne yansıtmak koleksiyon yönetiminin en önemli işlevi olmuştur. Hızlı modanın üretim sürecinde; hızlı moda, hızlı üretimi de beraberinde getirmiştir. 1990'lı yılların öncesinde müşteriye yeni koleksiyon sunma süresi 6 hafta iken günümüzde bu süre hızlı moda kavramıyla 2 haftaya kadar düşmüştür (İSO, 2010).

Hızlı moda pazarında koleksiyon tasarımı ve yönetiminin temeli sürekli yeni ve farklı giymek isteyen müşterinin doğabilecek taleplerini öngörerek, olabildiğince kısa sürelerde bu taleplere cevap verebilmektir. Dünya moda pazarındaki talebin değişim ve gelişimini, müşteri ve üretici olarak iki yönlü ele alabiliriz. Müşteri isteklerinin artması, çeşitlenmesi ve sürekli değişimi, marka ve şirketlerin her geçen gün fazlalaşması, moda dünyasını farklı akımlara sürüklemiştir. Diğer yandan moda tasarımcıları/yaratıcıları, kendi ürünlerine ilişkin pazar beklentileri ile bunları kullanacak olan tüketicilerin giysiden beklentilerini uyumlaştırmak zorunluğu doğmuştur. Hazır giyimde, moda ürünlerin yaratılması, moda yaratıcıları denen ve bir firmaya bağlı olarak veya bağımsız olarak çalışan "stilistler" ile tekstille ilgili çevreler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu kişiler, dünyanın her yerini ve bu arada moda merkezleri denen şehirleri dolaşarak, renk trendlerini, giyim tarzlarını gözlemleyerek fikirlerini oluşturmakta, daha sonra bir araya gelerek, yeni moda ile ilişkin elyaf, iplik ve kumaş cinsini, renkleri, giysi stillerini tespit etmektedirler. Bu gelişmeler dünyada moda tasarım ve dolayısı ile moda tasarım eğitimine yönelik eğitim talebin artışına neden olmaktadır.

- **Türkiye**

Dünyada son yıllarda bu gelişmeler yaşanırken ve Türkiye hazır giyim ürünlerin önemli bir kısmının da yurtdışı pazarlara sunulduğu dikkate alındığında, sektördeki bu gelişmelerin gerek firmaları ve gerekse sektörel talebi etkilemesi kaçınılmazdır. Türkiye de hazır giyim sektöründe mevcut durumda çok çeşitli üretim tipinde ve büyüklükte gerek iç piyasa ve gerekse dış piyasaya yönelik üretim yapan ve dolayısıyla moda tasarım talebinin oluşumunu/ihtiyacını karşılayan işletmeler yer almaktadır. Bu firmaların imalat alanlarına göre sınıflandırma yapısı incelendiğinde (yan kutuda), ilk üç firma imalatçı firma tipinin tasarım/tasarımcı talebi açısından yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bu firmalar (üreticiler) artık müşteriye daha çeşitli ve modayı takip eden seçenekler sunmaya başlamış ve mevcut sezonlara ara sezonlar ekleyerek satış adetlerini arttırmışlar ve böylece 'Yüksek Moda, Düşük Fiyat' felsefesine uyum sağlamışlardır. Bu yapı içinde Türkiye ve Bursa'da hazır giyim sektöründe çok çeşitli üretim tipinde imalat yapan firmaların moda tasarımcısı ve sektöre yönelik araştırma (renk, kumaş vb.) raporlarına ihtiyacı olduğu gibi, bu gelişmeler sonucunda Türkiye'de moda tasarımcısı ve dolayısıyla moda tasarım eğitimi verecek nitelikli kurumların da daha fazla ortaya çıkmasını gerektirmektedir.

Moda Tasarım Talebinde Bulunan İmalat Sanayi Firmalarının Yapısı

• **İhracat için çalışan konfeksiyon işletmeleri**

Bu firmalarda genellikle model hazır olarak dışarıdan gelir. Model sayısı az, siparişler büyük miktardadır. Bu firmalara kitle üretimi yapılır (5.000 tişört, 10.000 tayt gibi). Siparişi alan firma kalıp çıkartma, kesim, dikim, ütü, ambalaj işlemlerini kendisi yapabildiği gibi kesim işlemini kendisi yapıp, diğer işlemleri fason olarak da yaptırabilir.

• **İç tüketime yönelik büyük konfeksiyon fabrikaları**

Kumaş ve moda fuarlarına giderek dünyadaki gelişmeleri sürekli izlerler. Bir sezon öncesinden kumaş tiplerini, renk ve stillerini belirlerler. Stilistleri o senenin modasına uygun çok sayıda model üretir. Hazırlanan kreasyon defilelerle tanıtılır. Çok sayıdaki modelden az sayıda üretim yapılarak seçkin müşterilere satış yaparlar.

• **İç tüketime yönelik orta büyüklükte işletmeler:**

Bu işletmelerin de moda tasarımcıları/stilistleri var ve modaya uygun çok sayıda model geliştirerek kreasyon hazırlarlar. Mamullerini defilelerle ya da kataloglarla perakendeci firmalara tanıtırlar ve aldıkları siparişlere göre üretimlerini planlarlar. Çalışılan model sayısı ve üretim miktarları yüksektir. Orta gelir düzeyine hitap ederler.

• **İç piyasaya çalışan küçük işletmeler**

Kendileri özel bir model ya da stil geliştirmez. O sezon diğer büyük firmaların tutulan modellerinden faydalanarak hemen seri üretime geçerler ve piyasaya girerler. Küçük mağaza ve pazarlarda satarlar.

• **Tek tip mamul üretenler**

Bu firmalar; gömlek, iç giyim, okul kıyafetleri, jeans gibi modadan çok az etkilenen ve büyük miktarlarda imal edilen giysileri üretirler. Bu firmalar üretim proseslerini aylar, hatta yıllarca modellerinde önemli bir değişiklik yapmadan sürdürebilirler.

• **Fason Atölyeler**

Atölyeye kesilmiş halde gelen parçaların dikişini yaparlar. Bazı atölyeler dikiş, temizlik, ütü ve paketlenme işlemini birlikte yaparlar. Bazıları yalnız dikim işlemini yapar.

Tekstil ve hazır giyim sektörü ülkemizin geleneksel sanayi kollarından olup, ihracatta gösterdiği başarı ile sanayide önde gelen vazgeçilmez sektörlerden biridir. Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörü halen en fazla dış ticaret fazlası veren sektördür. Bu çerçevede gelişen pazarlama yöntemleri ve müşteri talepleri, özellikle çok uluslu işletmeler için son derece cazip olmakla birlikte, pazarlama stratejileri konusunda çok daha dikkatli ve araştırmacı olmayı gerektirmektedir. Özellikle KOBİ niteliğindeki işletmelerin detaylı pazarlama araştırmaları yaparak/yaptırarak, tüketicilerin sosyokültürel ve ekonomik farklılıklarını ortaya koymaları gerekmektedir. Pazar araştırmalarının yanında ürün tasarım aşamasına kadar koleksiyonun başarılı olabilmesi için; müşteri analizi, trend analizi, renk, kumaş ve aksesuar analizi raporları da yapılmalıdır.

Bursa ilinde bulunan işletmelerin sektörel dağılımında %34 ile tekstil ürünleri imalatı ilk sırada yer almaktadır. Sanayi sicil kayıtlarına göre, Bursa ilinde kayıtlı işletmelerde çalışan personel sayısı 211.238 olup, sanayide çalışanların %25'i tekstil

sektöründe istihdam edilmektedir **Butekom tarafından 2014 sonu itibariyle moda ve tasarım sektörüne yönelik Bursa için yapılan anket sonuçları aşağıda verilmektedir.** Ankete 92 firma katılmış olup; bu firmaların %48.7'si dokuma, %48.7'i konfeksiyon ve %35.9'u ev tekstili sektöründe ilk sırada faaliyet gösteren firmalardan oluşmaktadır (entegre olan firmalar birden fazla işaretlemiş). Yine bu firmalardan; %29'u 1 ile 25 arasında, %21'i 101 ile 250 arasında, %17'si 500'den fazla ve %15'i de 51 ile 100 arasında personel istihdam etmektedir. Diğer yandan anket sonuçlarından firmaların yaklaşık yarısının yurtdışı pazara yönelik ve yine bu firmaların %78'i kendi adına üretim yaptığı tespit edilmiştir. **Anket bulguları değerlendirildiğinde:**

- Moda ve tasarım konusunda çalışan personelin %50'sinin lise, %17'sinin üniversite ve %11'inin ilköğretim mezunu olduğu,
- Moda ve tasarım konusunda çeşitli yazılımların kullanıldığı,

Bursa'da Sektöre Yönelik Hedef Gruplar

- Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliğine (UHKIB) kayıtlı 245 aktif üye,
 - Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliğine (UTIB) kayıtlı 1.100 aktif üye,
 - Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'na (BTSO) kayıtlı 4782 adet tekstil işletmesi ve 1670 hazır giyim işletmesi,
 - Tekstil bölümlerinde bulunan yaklaşık 287 akademisyen,
 - Tekstil ve Hazır Giyim ile ilgili bölümlerde okuyan öğrenciler.
- Kaynak: BUTEKOM**

Bursa'daki Firmaların Moda ve Tasarım Merkezi'nden Beklentileri (%)

- Yurtdışı Moda Merkezleri ve Enstitüler ile ortak çalışmalar hazırlamalar (%67),
 - Yurtdışı fuar ve seminer katılımlarını belli periyotlarla sanayiye panellerle aktarmaları (%62),
 - Ür-Ge elemanı yetiştirilmesi konusuna ağırlık verilmesi (%65),
 - Dünyadaki sektörel gelişmeleri izleyip periyodik seminerlerle sanayiye aktarmaları (%46),
 - Ür-Ge ve Tasarım kanun ve yönetmeliklerini sektöre açıklamaları (%46),
 - İşletmelerimize çözüm ortağı olmaları (%53),
 - Kaynaklarını sektörün kullanımına açmaları (%60)
- Kaynak: BUTEKOM tarafından yaptırılan anket sonuçları**

- Moda ve tasarımı konusunda firmaların %88 gibi önemli bir kısmının devlet desteklerden faydalanmadığı,
- Moda ve tasarımı sektör çalışmalarına yönelik firmaların %61'inin firma dışından destek almadığı, destek alan küçük bir kısmın ise yurtiçi ve yurtdışı özel kurumlardan destek aldığı,
- Firmaların moda ve tasarım merkezinden beklentilerinin yüksek olduğu,
- Firmaların %84 gibi önemli bir kısmının dünya çapındaki fuarları takip ettiği,
- Firmaların %46'sının düzenli olarak, %40'ının zaman zaman trend araştırması yaptığı ve %14'ünün ise yapmadığı,
- Sektördeki firmaların %61'inin koleksiyonlarında dünyadaki üretim ve moda akımlarına, pazar taleplerine yer verdiği, %20'sini ise zaman zaman yer verdiği,
- Firmaların %93'ünün yurtiçi ve yurtdışı moda kuruluşuna üye olmadığı,
- Firmaların %75'inin yurtdışı moda merkezlerini takip etmediği ancak önemli bir kısmının düzenli yayın takip ettiği,

Firmaların Bursa Bölgesinde Kurulması Hedeflenen "Moda ve Tasarım Merkezi"ne Yönelik Belirttikleri Faydalanılması Gereken Konular (%)

- Eğitim (%73)
 - Moda trendlerinin araştırılması (%67)
 - Renk trendlerinin araştırılması (%57)
 - Üretici ve tedarikçilerin araştırılması (%44)
 - Tasarım ve koleksiyon geliştirilmesi (%56)
 - Stand ve trend alanlarının düzenlenmesi (%43)
 - Endüstri ve tasarım projeleri hazırlanması (%38)
 - Moda ve tasarım hizmetleri (%52)
 - Kütüphane hizmetleri (%37)
 - Dünya ve yerel pazar araştırmalar analizi (%63)
 - Ürün tasarımı faaliyetleri (%51)
 - Ticari işletmelerde tasarım desteği verilmesi (%60)
- Kaynak:** BUTEKOM tarafından yaptırılan anket sonuçları

Firmaların Ür-Ge ve Tasarım Çalışması Yaparken Karşılaştıkları Sorunlar (%)

- Devlet tarafından sunulan Ür-Ge ve Tasarım desteklerinin olmaması (%48)
 - İş yerinde Ür-Ge ve Tasarıma yeterli bütçe ayrılamaması (%36)
 - İstenen nitelikte personel bulunamaması (%62)
 - Ür-Ge ve Tasarım çalışmalarına gereken personelin ayrılamaması (%27)
 - Yeni ürünlerin / teknolojilerin taklit edilmesi nedeni ile haksız rekabetin yaratılması (%58)
 - Yurtiçinde Ür-Ge ve Tasarım laboratuvarlarının ve test alanlarının yetersiz olması (%27)
 - Ür-Ge ve Tasarım çalışmaları için yeterli program, makine ve teçhizatın bulunamaması (36)%
- Kaynak:** BUTEKOM tarafından yaptırılan anket sonuçları

gibi Bursa ilinde moda ve tasarım sektörüne yönelik dikkat çekici sonuçlar ortaya çıkmıştır. Dünya ve Türkiye'de ki gelişmeler çerçevesinde Bursa ili sektör talebi değerlendirildiğinde; ilde moda ve tasarım sektörüne yönelik tasarımcı ve araştırma raporları ile tasarım proje hizmetlerinin oluşması/gelişmesi yönünde potansiyelin olduğu görülmektedir.

2.7. Hazır Giyim Sektörü

2.7.1. Dünya Hazır Giyim Sektörü

Tekstil ve hazır giyim sanayi, ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalıdır. Gelişmiş ülkelerin 18. yüzyılda gerçekleştirdikleri sanayileşme sürecine önemli

katkısı olan tekstil ve hazır giyim sanayi, günümüzde de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarında benzer bir rol oynamaktadır. 1980'lerden itibaren hız kazanan küreselleşme eğilimi tekstil ve hazır giyim sanayinde ticaret akışını hızlandırmış ve son 30 yıl içerisinde yaklaşık olarak sektörün toplam kapasitesinin yarısı gelişmiş ülkelere doğru kaymıştır. Günümüzde işgücü maliyetleri tarafından şekillenen tekstil ve hazır giyim sektörü dünya genelinde daha çok gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Çin, Bangladeş, Hindistan, Hong Kong ve Endonezya gibi işgücü maliyetlerinin çok düşük olduğu ülkeler sektörün imalat kısmında ilk sırada yer almaktadır. Tekstil ve hazır giyim tüm ülkelerde tüketimin temel ürününü oluşturması, yeni girişimcilerin küçük sermayeler ile bu piyasaya girişlerinin kolay oluşu; tekstil ve hazır giyim sektörlerinin sanayileşme sürecinin her döneminde dünya ticareti içerisinde önemli bir yere sahip olmasına neden olmuştur.

Tekstil ve hazır giyim sektörü, ülkelerin daha ileri sanayilere geçiş için yarattığı sermaye birikimi ve yetişmiş iş gücü sebebiyle ellerindeki en önemli basamak taşlarından birisi konumundadır. Tekstil ve hazır giyim sanayi ürünlerinin kolayca taşınabilir olması, bu sanayi mallarının dünyaya daha hızlı yayılmalarına imkan tanımış ve bu yayılma gelişmiş ülkelerin üretim etkinliklerinin bir bölümünü gelişmekte olan ülkelere aktarmalarını sağlamıştır. *Başlangıçta hammadde ve emek-yoğun üretime dayalı olan tekstil ve hazır giyim sektörü küreselleşmenin de etkisiyle son yıllarda önemli bir dönüşüm yaşamış ve bu sektörde rekabetin temel belirleyicisi teknoloji, marka ve tasarım olmuştur.*

Dünyada tekstil ve hazır giyim sektörleri rekabetin en fazla yaşandığı sektörlerdir. 2005 yılında kotaların kalkmasıyla birlikte, dünya hazır giyim pazarında hem arz hem de talep yönünde şiddetli bir rekabet yaşanmaya başlamıştır. Aynı zamanda bu sektörler hem gelişmiş hem gelişmekte olan ülkeler tarafından tarife ve tarife dışı engellerle en çok korunan sektörlerdir. Gelişmekte olan ülkeler düşük sermaye ile yüksek istihdam sağlayan sektörler için teşvik sağlarken gelişmiş ülkeler ise sektörün sağladığı istihdamı koruyabilmek amacıyla kendi iç pazarlarını yabancı rakiplerine karşı korumakta, sektörde yeni teknolojilerin ve üretim yöntemlerinin kullanılmasını özendirici politikalar uygulamaktadır.

Diğer taraftan, perakende sektöründe faaliyet gösteren firmaların çeşitlenmesi, sayılarının artması ve faaliyetlerinin genişlemesi hazır giyim ürünlerindeki fiyat rekabetini şiddetlendirmiştir. Örneğin, geçmişte distribütörlerden ya da doğrudan ithalatçılardan alım yapan perakendeciler, günümüzde doğrudan ithalata, hatta ucuz işçilikle üretim yapan ülkelere fason üretime yönelmişlerdir. Bu da perakendecilere, aracısız olarak doğrudan tüketiciye ulaşma imkanı vermiş ve fiyatların düşmesine yol açmıştır. Kotaların kalkmasıyla birlikte, büyük alım gruplarının alımlarını tek ya da birkaç ülkede yoğunlaştırması ve bunu üreticiler üzerinde kullanması, fiyatlar konusunda üreticilerin aleyhine önemli bir baskı unsuru oluşturmuştur.

Dolayısıyla, bu baskı, hem üretici ülkeler arasında, hem de aynı ülkedeki üreticiler arasında şiddetli bir rekabetin yaşanmasına yol açmıştır.

Dünya hazır giyim sanayi üretimi incelendiğinde, 20 yıllık dönemde dünya hazır giyim sanayi üretiminin tekstil sanayi üretiminden daha yüksek oranlarda arttığı görülmektedir. Hazır giyim üretiminde gelişmekte olan ülkelerin dünya üretimindeki payı artmıştır. Son yıllarda Asya kıtası ülkelerinin hazır giyim üretimi %177 oranında artarken, Avrupa kıtası ülkelerinin hazır giyim üretimi %13 oranında azalmıştır. Amerika kıtasındaki üretim ise %67 oranında artış göstermiştir. Dünya hazır giyim dış ticareti incelendiğinde;

Dünya hazır giyim ihracatı 2012 yılında 405,5 milyar USD civarında gerçekleşmiş olup, bu rakamın 212,1 milyar USD'si örme ürünlerden, 193,4 milyar USD'si de örülmemiş ürünlerden oluşmaktadır. Örme hazır giyim ticaretinde en önemli yeri kazaklar ve kadın ve kız çocukları için takımlar tutmaktadır. 2012 yılındaki ticaret kazaklarda 48,6 milyar USD, kadın ve kız çocukları için takımlarda ise 39,7 milyar USD seviyesinde gerçekleşmiştir. Örülmemiş hazır giyim ticaretinde ise en önemli yeri kadın ve kız çocukları için takımlar ile erkek ve erkek çocuklar için takımlar tutmaktadır. 2012 yılındaki ihracat, kadın ve kız çocukları için takımlarda 53,2 milyar USD, erkek ve erkek çocuklar için takımlarda ise 41,8 milyar USD seviyesinde gerçekleşmiştir.

Ülkeler bazında dünya ihracatına bakıldığında; 2012 yılı itibarıyla örme hazır giyim ihracatında Çin (%41), Bangladeş (%5,5), Hong Kong (%5,3), Almanya (%4), Türkiye (%4), İtalya (%3,7), Vietnam (%3,3), Hindistan (%2,6), Kamboçya (%1,9), Belçika (%1,9), Fransa (%1,8), İspanya (%1,8) ve Hollanda'nın (%1,7) ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Örülmemiş hazır giyim ihracatında ise Çin (%31,7), İtalya (%6,5) ve Bangladeş (%5,7) ilk üç sırada yer almıştır. Bu ürünlerin ihracatında önde gelen diğer ülkeler ise Almanya (%5,2), Hong Kong (%5,2), Vietnam (%4,4), Hindistan (%3,8), Fransa (%2,9), Türkiye (%2,8), İspanya (%2,8) ve Endonezya (%1,9) olmuştur.

Ülkeler bazında 2012 yılı örme hazır giyim ithalatında A.B.D. (%22,2), Almanya (%8,5), Japonya (%8,2), İngiltere (%6,2), Fransa (%5,2), Hong Kong (%4,2), İtalya (%3,9), İspanya (%3,2), Hollanda (%2,5), Kanada'nın (%2,2) ilk sıralarda olduğu görülmektedir. Örülmemiş hazır giyim ithalatında da benzer şekilde A.B.D. (%20,1), Almanya (%9,3), Japonya (%8,6), İngiltere (%6,2), Fransa (%5,6), İtalya (%3,9), Hong Kong (%3,7), İspanya (%3,7), Hollanda (%2,6) ve Kanada (%2,2) ilk sıralarda yer almıştır. 2012 yılı itibarıyla dünya toplam hazır giyim ithalatının %21,1'ini (80,7 milyar USD) ABD, %8,9'unu da Almanya (33,9 milyar USD) gerçekleştirmiştir (Ekonomi Bakanlığı, Hazırgiyim Sektör Raporu, 2014).

2.7.2. Hazır Giyim Sektörünün Yapısı

Tekstil sanayiinin temel işlevi, hazır giyim ve hazır giyim sanayiinin hammaddesi olan kumaş üretimini sağlamaktır. Tekstil denince, dar anlamda hazır giyim sanayiinde kullanılan kumaş akla gelir. Geniş anlamda ise, büro ve konutlarda iç döşemelerde kullanılan kumaş ve endüstriyel kumaşlar anlaşılır. Bunun yanı sıra dikiş iplikleri, endüstriyel ipler ve kablolar ile

bunların hammaddesi durumundaki liflerin üretimleri de tekstil sanayiinin konuları arasında yer almaktadır. Buna göre tekstil sanayi; hammadde ve elyaf üretimi ile başlayıp iplik, örme, dokuma ve lif-iplik-kumaş terbiye aşamalarından geçerek, hazır giyim ve sınaî kullanıma yönelik nihai ürün üretimini kapsayan bir üretim sürecini oluşturur.

Hazır giyim, kısaca giysinin bireysel olarak değil seri bir şekilde üretilmesidir. Daha geniş bir ifade ile hazır giyim; kişinin giyimde hangi modeli seçeceği, ne kadar kumaş alacağı, kime ve kaç diktireceği gibi moda problemlerini ortadan kaldıran, görüp beğenme, deneme ve aynı zamanda giyim zevkini ve rahatlığını veren, seri şekilde üretim tarzını benimseyen bir giyim şeklidir. Hazır giyim teknolojisi ise, üretimin çeşitli aşamalarını kapsayan temel işlemlerle, bu işlemlerin uygulanmasında kullanılan malzeme, makine, araç ve tesislerden oluşur. Hazır giyim üretimi kapsamındaki işlemler temelde; model bölümü, planlama bölümü, kesim bölümü, üretim bölümünde gerçekleştirilir. Giysi üretiminde malzeme olarak deri, pamuklu, yünlü, ipekli, sentetik kökenli dokuma veya örme kumaşlar kullanılabilir.

Türk hazır giyim sektörü, uluslararası rekabet ortamındaki rakiplerinin gerisinde kalmamak ve bugüne kadar verdiği yoğun çabalarla elde ettiği pazar payını korumak ve daha da arttırmak için özgün tasarımlara dayalı Türk markaları yaratmak zorundadır. Sektör, taklit ve ucuz işçilik gibi belirli kısmı avantaj sağlayan unsurları kullanmanın son sınırına gelmiş bulunmaktadır. Bu aşamada uluslararası pazarlarda yer almak isteyen firmaların yapması gereken, rakiplerde olmayan bir özellik, yüksek kar marjı, katma değerli ürün üretmek, marka olmaktır. Uluslararası pazarlardaki zor pazar koşulları ve yüksek rekabet nedeniyle Türk hazır giyim sektörü, henüz istenen düzeyde olmamakla birlikte moda tasarımcılarını teşvik ederek, yeni ve fazla sayıda marka oluşturarak, katma değeri yüksek ürünlerin üretimini sağlayarak küresel pazardan daha yüksek pay alabilecektir.

Giyim Tarihinde Üretim Yöntemleri

Sipariş yolu ile ölçü alınarak, tasarımcı tarafından kişiye özel tasarlanarak yapılan, prova ve özen ile ince dikiş ve usta terziilik gerektiren giyime, kişiye özel yani haute couture (üstün terziilik) giyim denir.

Hazır giyim, istatistik verilere dayanan, ortalama ölçüler esas alınarak seri halde üretilen ve alıcının ölçülerine göre satılan giyim eşyalarının tümünü kapsamaktadır. Hazır giyim moda akımına uygun, ucuz ve kolay bir giyim şeklidir. Hazır giyimle kişinin hangi modeli seçeceği, ne kadar kumaş alacağı, kime, kaç diktireceği sorunu halledilmiştir. Bu yolla görüp beğenme, deneme, aynı anda giyme zevki ve rahatlığı sağlanmıştır.

Seri üretim ise; kendine özgü müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak ürünleri hızlıca seri halinde üretmek için teknoloji ve hayal gücünü kullanmaktır. Seri üretim altında süreç modeli arasındaki farklar bulanıklaşır, çeşitlilik ve hacim konuları daha az önemli hale gelerek modeller daha esnek bir yapı kazanır

Kaynak: ISO, 2010

Günümüzde hazır giyim ve moda sektörü farklılaşan ve artan müşteri yapısıyla insandaki sahip olma duygusunu körükleyerek dünyanın en büyük ekonomik güçlerinden biri haline gelmiştir. Moda sektörünün karmaşık ve bir o kadar da zor kontrol edilen yapısında, ürün geliştirme, kalite, tasarım, marka oluşturma, dağıtım kanalları, satış promosyonu, fiyat stratejisi ve pazar yeri birer rekabet unsuru konumundadır. Hızla değişimin yaşandığı moda sektöründe tasarımın önemi daha da artmıştır. Hazır giyim sektöründe dünya piyasasını belirleyen firmaların özelliklerini kısaca inceleyecek olursak aşağıdaki hususlar ön plana çıkmaktadır:

❖ **Büyük Alım Yapan Firmalarının Özellikleri**

- **Perakendeciler:** Zincir mağazalar, hipermarketler, indirim mağazaları bu kapsamda değerlendirilmektedir. Bu firmalar “private label - özel markalı ürün” denilen sadece o mağazada satılmak üzere ürettirdikleri malları satmaktadırlar. Bu firmaların sipariş miktarları büyüktür ve alım kararlarında düşük fiyat en belirleyici role sahiptir. Wal-Mart, Carrefour bu kapsamda değerlendirilmektedir. AB ithalatında bu tür alım firmalarının payı yaklaşık yüzde 50’dir.
- **Pazarlamacılar:** Aktif pazarlama stratejisi olan markalar bu kapsamdadır. Bu firmalar tasarım, tedarik ve pazarlama fonksiyonları üzerinde uzmanlaşırken üretimlerini başka firmalara yaptırmaktadırlar. Bu firmaların alım kararlarında “full package - fiziksel üretimin tamamı” üretim yapabilme ve hızlı teslimat önemlidir. Nike, Reebok gibi firmalar bu kapsamda değerlendirilmektedir. AB ithalatında bu tür alım firmalarının payı yaklaşık yüzde 20’dir.
- **Markalı üreticiler:** Tasarım, pazarlama konusunda uzman markalı firmalardır. Üretimlerinin bir kısmını kendileri gerçekleştirirken fason üretim de yaptırmaktadırlar. Bu firmalar fason üretim yaptırırken bölgesel ve yakın ülke firmalarını tercih etmektedir. Levi’s, DKNY, Zara gibi firmalar bu kapsamdadır. AB ithalatında bu tür alım firmalarının payı yaklaşık yüzde 30’dur. Bunların yanında tuhafiyeci, butik gibi toptancı aracılığıyla mal temin eden küçük işletmeler de bulunmaktadır.

❖ **Üretici Firma Türleri ve Özellikleri**

- **Fason üreticiler:** Alım firması tarafından uygun olarak kesilerek temin edilen kumaşları alım firması tarafından belirlenen modele uygun olarak diken ve ürünü teslim eden üreticilerdir. Bu firmalar fiziksel üretim işlemlerinin sadece bir kısmını gerçekleştirdiğinden, nihai katma değer içinde payları azdır. Bu tür firmalar için düşük işgücü maliyetleri en önemli rekabet avantajıdır. Markalı üretici grubunda yer alan alım firmaları en önemli müşterileridir. Vietnam, Çin ve Romanya ağırlıklı olarak üretimini bu şekilde gerçekleştirmektedir.
- **Ürün imalatçıları:** Bu firmalar alım firması tarafından örneği verilen ürünü üretebilmektedirler. Kesim, dikim gibi üretim süreçlerini yerine getirebildikleri gibi tedarik gibi sınırlı hizmet bileşenlerini de yerine getirebilmektedirler. Ayrıca hammadde temin edebilecek finansal dayanıklılıkları vardır. Bu firmalar fiziksel üretim işlemlerinin tamamını (full package) gerçekleştirebilmektedir. Başta pazarlamacı grubunda yer alanlar olmak üzere perakendeci ve markalı üretici gruplarında yer alan alım firmalarına üretim yapmaktadırlar. Hong Kong ve Türkiye ağırlıklı olarak üretimini bu şekilde gerçekleştirmektedir. Ancak Hong Kong sadece kendi ülkesinde değil dünyanın pek çok yerinde üretim de yaptırmaktadır.
- **Tasarım imalatçıları:** Bu firmalar fiziksel üretim işlemlerinin tamamını (full package) kendi tasarımlarına dayanarak gerçekleştirebilmektedirler. Bu firmaların belirli pazar kısımlarına hitap edebilen kendi koleksiyonları vardır. Başta pazarlamacı grubunda yer alanlar olmak üzere perakendeci ve markalı üretici gruplarında yer alan alım firmalarına üretim

yapmaktadırlar. İtalya ve kısmi olarak Türkiye ve Hong Kong üretimini bu şekilde gerçekleştirmektedir.

- **Marka imalatçıları:** Bu firmalar üretim fonksiyonunu en az seviyede yürütürken hizmet bileşeni yönünde uzmanlaşmışlardır. Hem üretici hem de alım firması olduklarından yukarıda alım firmaları arasında sayılan markalı üreticilerle aynı grupta yer almaktadırlar. İtalya ve ABD'deki üreticiler bu grupta yer almaktadır (Güleryüz, 2011).

2.7.3. Türkiye'de Hazır Giyim

Tekstil ve hazır giyim sektörü, 1980 yılında uygulamaya konulan ihracata yönelik kalkınma politikası ile hızla büyümeye başlamış ve bu tarihten itibaren sektöre yapılan yatırımlar artmıştır. Tekstil ve hazır giyim sektörü, gayri safi yurt içi hasıla, imalat sanayi ve sanayi üretimindeki pay, ihracat, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, istihdam, yatırım gibi makro-ekonomik büyüklükler açısından Türkiye'nin önemli sektörlerinden biridir. Tekstil ve hazır giyim sektörü birlikte Türkiye GSYİH'sinin yaklaşık %7'lik kısmını sağlamaktadır. Bugün Türk tekstil ve hazır giyim sektörü büyük oranda ihracat odaklı bir sektördür. Mevcut kapasiteler yurt içi talepten oldukça fazladır.

Türk hazır giyim sektörü %3.4 pay ile dünyanın 7. büyük hazır giyim ihracatçısı konumundadır. AB ülkelerine tekstil ve hazır giyim ihracatında ise Türkiye Çin'in ardından 2. sırada yer almaktadır. Bugün, hazır giyim sektörü, üretim ve istihdamdaki büyük ağırlığıyla ülkemiz ekonomisinin lokomotif sektörlerinden birisi konumundadır. Sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin çoğu küçük ve orta büyüklükteki işletmeler niteliğindedir. Sosyal Güvenlik Kurumu istatistiklerine göre, Türkiye genelinde tekstil ve hazır giyim sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların sayısı 52.000 civarındadır. Bu firmalarda kayıtlı yaklaşık 918.000 kişi istihdam edilmektedir.

Türkiye'de üretilen hazır giyim ürünlerinin büyük bir kısmını pamuklu ürünler oluşturmaktadır. Sektör üretiminin yaklaşık %65'i ihraç edilmektedir. Yine, ihraç edilen ürünlerin yaklaşık %80'ini pamuklu ürünler oluşturmaktadır. Sektörün pamuk, yün, iplik ve kumaş gibi hammadde ve ara malı ihtiyacı büyük ölçüde yurt içinden karşılanmakla birlikte, önemli miktarda ithalat da gerçekleştirilmektedir. Türkiye dünyanın 8. büyük pamuk üreticisi olmasına karşın, yerli üretim iç talebi karşılamamakta olup dünya pamuk tüketiminde 4. sıradadır.

Sektörün sahip olduğu başlıca avantajlar hızlı teslimat, hedef pazarlara olan yakınlık, teknik, sosyal ve idari bilgi birikimi, tecrübe, geniş ürün yelpazesi ve tasarım kapasitesi olarak sıralanabilir. Hazır giyim sektöründeki büyük firmalar son zamanlarda yurt içinde ve yurt dışında mağazalaşmaya yoğunlaşmışlardır. Türk hazır giyim sanayi esnek üretim yapısına sahip olup, değişen moda eğilimlerine de uyum sağlayarak yüksek katma değere sahip, modalı ürünler üretir konuma gelmiştir (Ekonomi Bakanlığı, 2014).

Türkiye de tekstil ve giyim eşyası sektör dış ticareti verileri incelendiğinde, her iki sektörün de dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir. 2014 yılı itibarıyla tekstil ürünleri sektörünün dış ticaret hacmi 21.4 milyar USD iken, dış ticaret dengesi 9.4 milyar USD fazla vermiştir. Aynı yıl giyim eşyası sektörünün dış ticaret hacmi 16.5 milyar USD iken dış ticaret dengesi 11 milyar USD fazla vermiştir.

Tablo 6: Türkiye Tekstil Ürünleri ve Giyim Eşyası Dış Ticareti – Milyon USD

Yıllar	Tekstil Ürünleri			Giyim Eşyası		
	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Dengesi	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Dengesi
2007	10,805	5,317	5,488	11,795	1,357	10,438
2008	11,323	5,093	6,230	11,503	1,902	9,601
2009	9,559	4,345	5,214	9,603	1,764	7,839
2010	10,932	6,059	4,873	10,618	2,338	8,280
2011	12,920	6,881	6,039	11,633	2,748	8,885
2012	13,259	5,454	7,805	11,955	2,282	9,673
2013	14,741	5,877	8,864	12,704	2,702	10,002
2014	15,418	6,000	9,418	13,778	2,755	11,023

Kaynak: TÜİK - ISIC Rev. 3

Tekstil ürünleri ve giyim eşyası sektörü incelenen dönem itibarıyla global krizin yaşandığı yıllar haricinde sürekli bir artış içinde olmuştur. Tekstil sektörü 2007-2014 dönemini kapsayan 7 yıllık süre içinde tekstil ürünleri ihracatı %42.7 artış gösterirken, ithalat %12.8 artmıştır. Aynı dönemde giyim eşyası ihracatındaki artış ise %16.4 olmuştur.

- **Bursa**

Tekstil sektörü ile sanayileşmesine başlamış olan Bursa'nın tekstil ihracatında yakaladığı artış, sektörün ar-ge teknoloji ve tasarım yatırımlarına ağırlık vermesinin neticesinde gerçekleşmiştir. Yapılan ar-ge ve inovasyon yatırımları Bursa'yı dünyada hem mekan tekstilleri hem de giyim tekstilleri sektöründe moda ve trendlerin belirlendiği en önemli merkezlerden biri haline getirmiştir. Bursa ilinde sektör, pamuklu dokuma, suni ve sentetik iplik üretimi, yünlü dokuma, fantezi iplik üretimi, örme ve trikotaj, havlu, boya-apre-emprime, konfeksiyon, hazır giyim şeklinde alt sektörlere ayrılmış durumdadır.

Bursa tekstil ürünleri ve giyim eşyası sektörlerinde gerçekleştirdiği ihracat ile yıllar itibarıyla global kriz yılları (2009 ve 2010) haricinde sürekli artış içinde olmuştur. 2007-2014 dönemini kapsayan 7 yıllık süre içinde tekstil ürünleri ihracatı %21.4 artış gösterirken, giyim eşyası ihracatındaki artış %9.5 olmuştur.

Tablo 7: Bursa Tekstil ve Giyim Eşyası Dış Ticareti – Bin USD

Yıllar	Tekstil Ürünleri			Giyim Eşyası		
	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Dengesi	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Dengesi
2007	1,202,336	521,204	681,132	385,900	13,395	372,505
2008	1,236,774	548,137	688,637	327,272	20,508	306,764
2009	1,048,649	520,294	528,355	261,611	19,989	241,622
2010	1,097,228	704,432	392,796	287,441	22,040	265,401
2011	1,245,638	800,712	444,926	340,143	24,437	315,706
2012	1,209,443	620,776	588,667	347,860	17,346	330,514
2013	1,429,339	667,488	761,851	374,440	37,039	337,401
2014	1,459,289	682,305	776,984	422,751	39,320	383,431

Kaynak: TÜİK - ISIC Rev. 3

2014 yılı itibarıyla Bursa'nın tekstil ürünleri ihracatı Türkiye tekstil ürünleri ihracatının %9.5'ini karşılarken, Bursa'nın giyim eşyası sektöründeki ihracat tutarı ise Türkiye sektör ihracatının %3.1'ini oluşturmaktadır. Bursa'nın tekstil ürünleri ve giyim eşyası ürünlerindeki ihracat tutarının Türkiye içindeki payına dönemselsel olarak bakıldığında her iki sektörde de Bursa'nın payının azaldığı dikkati çekmektedir (Nitekim 2007 yılında Bursa'nın Türkiye tekstil ürünleri ihracatındaki payı %11.1 iken, giyim eşyasındaki payı %3.3 düzeyindeydi).

Bursa'da yerleşik hazır giyim firmaları dünyanın global şirketlerine ürün tedarik etme kapasitesine sahiptir. Aynı zamanda hazır giyim pazarının talepleri olan teknik ve sağlık standartlarını karşılayan nitelikte üretim gerçekleştirilmektedir. Bursa da hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe "Ev Tekstili ve Bebe Giyim" öne çıkan alt sektörler olarak dikkati çekmektedir. Ekonomi Bakanlığı sektör raporlarından yararlanılarak sektöre ilişkin bilgiler aşağıda kısaca verilmektedir.

- **Ev Tekstili;** genel olarak evleri dekore etmek amacıyla kullanılan ürünler olarak tanımlanmaktadır. Sentetik iplikler ve kumaşların yanı sıra, pamuk, keten, ipek ve yün gibi doğal ipliklerden yapılan kumaşlar da sektörün ham maddeleri arasındadır. Bu ürünler arasında; Döşemelik ve Perdeler Kumaş, Yatak Örtüleri, Tüller ve Dantelalar, Battaniyeler, Masa Örtüleri, Yastık, Yorgan ve Uyku Tulumları, Elişi Duvar Halıları, Diğer Mefruşat Eşyası, Perdeler ve Yatak Farbalaları, Havlu ve Bornozlar, Yatak Çarşafı, Diğer Ev Tekstili Ürünleri'dir.

Türkiye'de ev tekstili üretiminin yoğunlaştığı başlıca iller; Bursa, Denizli, İstanbul, İzmir ve Uşak'tır. Bursa özellikle havlu, tül ve çarşaf üretiminin; Denizli havlu ve çarşaf üretiminin; Uşak battaniye üretiminin; İstanbul ise tül ve çarşaf üretiminin yoğun olduğu illerdir. Ev tekstili sektöründe dünyanın en önde gelen ülkelerinden olan Türkiye'de birçok firma kendi markasını oluşturmuş, buna bağlı olarak da yurtiçi ve yurtdışında mağaza zincirleri kurmaya

başlamışlardır. Sektördeki üreticilerin büyük çoğunluğu küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Sektörde bazı ünlü yabancı markaların da lisanslı üretimi yapılmaktadır.

2013 yılında sektör ihracatı 3.1 milyar USD ve ithalatı 370 milyon USD olarak gerçekleşmiş olup, 2012 yılına göre ihracat %13,3, ithalat ise %16,9 oranında artış göstermiştir. 2013 yılı itibariyle sektör 2,7 milyar doların üzerinde dış ticaret fazlası vermiştir.

- **Bebe Giyim;** hazır giyim sektörünün alt sektörlerinden olan bebek giyim sektörü, Türkiye'de 1990'lı yıllarda gelişmeye başlayan bir sektördür. Sektördeki firmalardan bazılarının hem yetişkinler için hem de bebekler ve çocuklar için üretim yaptığı, bazılarının ise yalnızca bebek giyim üzerinde uzmanlaştığı görülmektedir. Üreticilerin çoğu Bursa, İstanbul, Denizli ve İzmir'de kurulu olup; bebek ve çocuk giyimi üretimi ağırlıklı olarak Bursa'da gerçekleştirilmektedir.

Türkiye dünyanın önemli pamuk üreticilerinden biri olması sebebiyle, bebek giyim ticaretinin temelini oluşturan pamuktan örme ve örülmemiş bebek eşyaları ve aksesuarları üretiminde doğal bir rekabet avantajına sahiptir. Sektörün esnek üretim yapısı sayesinde değişen ihtiyaçlara rahatlıkla uyum sağlanabilmektedir. Son yıllarda sağlığa zarar vermeyen maddelerden ve organik pamuktan üretilmiş bebek giyim eşyalarının üretimi de artmaktadır. Sektörün en büyük eksikliği olan tasarım yetersizliğinin ise bilgisayar destekli tasarım modelleri ve kalifiye personel kullanımı sayesinde ilerleyen yıllarda aşılması mümkün görülmektedir.

2013 yılı bebe giyim sektör ihracatı 196,9 milyon USD ve ithalatı 63 milyon USD olarak gerçekleşmiş olup, 2012 yılına göre ihracat %22.3, ithalat ise %34.4 oranında artış göstermiştir. Türkiye'nin 2013 yılı toplam bebek giyim ihracatının %72.1'ini oluşturan örme bebek giyim eşyası içinde pamuktan bebek giyim eşyası %86,9 paya sahiptir. Bu ürün grubu, toplam bebek giyim ihracatının da %62.7'sini oluşturmaktadır. 2013 yılında bebek giyim sektöründe en fazla ihracat yapılan ülkeler arasında ilk sırada %16.9 pay ile Almanya, ikinci sırada %10.3 payla İspanya ve üçüncü sırada da %8.8 payla İngiltere, %6.8 payla Irak ve bu ülkeyi %6.5 payla Fransa izlemiştir. Türkiye'nin bebek giyim ithalatının %44.5'i Bangladeş'ten, %23'ü Çin'den, %10.4'ü, Hindistan'dan, %3.1'i ise Mısır'dan gerçekleştirilmiştir.

2.8. Hizmetlerin Satış Fiyatı ve Koşulları

Moda ve tasarım merkezi tarafından verilecek hizmetlerin satış fiyatları, hizmetin niteliğine göre kişi ve adet bazında aşağıda verilmektedir.

Tablo 8: Moda ve Tasarım Merkezi Hizmetlerinin Satış Fiyatları

	Hizmetler	Alt Hizmetler	Fiyat (KDV hariç)
1. Yıl	Seminer	Bilgilendirme Seminerleri	50 TL/Kişi
		Moda Trend Araştırması	1.500 TL/Adet
	Trend Araştırmaları	Renk Trendi Araştırması	1.500 TL/Adet
		Fuar ve Moda Takip Raporu	800 TL/Adet
		Üretici Tedarikçi Araştırması	1.500 TL/Adet
	Pazar Araştırmaları	Pazar Araştırması	1.500 TL/Adet
		Tasarım Destekleri	1.500 TL/Adet
Ürün Tasarım Faaliyetleri		200 TL/Adet	
2. Yıl	Destek Eğitimleri	20 saat - Haftalık	700 TL/Kişi
		80 saat - Aylık	2.800 TL/Kişi
		240 saat - Üç Aylık	8.400 TL/Kişi
	Trend Alan Tasarımı	Yurt İçi	15.000 TL/Adet
		Yurt Dışı	25.000 TL/Adet
3. Yıl	Dönemlik Eğitimler	2 Yıllık	25.000 TL/Kişi
	Projeler	Endüstri ve Tasarım Projeleri	1.500 TL/Adet
		Tasarım ve Koleksiyon Geliştirme	30.000 TL/Adet

Moda ve Tasarım Merkezi tarafından verilecek hizmetlere ait fiyatlar peşin olup, yalnızca dönemlik eğitimlerin fiyatı, piyasa şartlarına göre ortalama 8 ay vadeli.

2.9. Moda ve Tasarım Merkezi'nin Diğer Kurumlarla İşbirliği Olanakları ve Öneriler

Moda ve Tasarım Merkezi, gerek faaliyete geçmeden ve gerekse faaliyete geçtikten sonra vereceği hizmetlerin kapsamı ve niteliğine bağlı olarak sektörün önde gelen yurt içi ve yurt dışında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşları ile işbirliği yapmayı planlamaktadır. İlk aşamada bu kurum ve kuruluşlar ile yapılan görüşmeler sonucu ortaya çıkan işbirliği olanakları ve bu kurumların önerileri aşağıda verilmektedir.

• İstanbul Moda Akademisi - İMA

İstanbul Moda Akademisi (İMA) 2005 yılında yapılan sektör planlamalarında belirlenen Ar-Ge, inovasyon, tasarım, eğitim, danışmanlık ihtiyaçlarının giderilmesi için oluşturulmuş sektör destekli en büyük AB projesidir. İstanbul Moda Akademisi'nin yatırım fizibilitesini İngilizler tarafından yapılmış olup, zamanla Türkiye ihtiyaçlarına göre sınıf düzenleri, modelinde revizyon gerçekleştirilmiştir.

Projenin Ar-ge ve inovasyon ayağını İTA, Tasarım ve Eğitim ayağını İMA oluşturuyor. Başlangıçta beraber olan yapı 4 sene önce ayrılarak devamlılığını sağlamaktadır. Ekonomi Bakanlığı ve İTKİB desteğiyle kurulan merkez mevcut durumda İTKİB desteğiyle devamlılığını sağlamaktadır.

İMA'da eğitimler; *Akademik Eğitimler* ve *Profesyonel Gelişim Programları* olarak ayrılmaktadır. Eğitim programlarına akademik

ekipler birlikte karar vermekte olup, sektörde kendini geliştirmek isteyen mezunlara veya sektör değiştirmiş kişilere hizmet verilmektedir. Dönemlik eğitimde İMA da, London College of Fashion/University of the Arts London ile işbirliği yapılmış olup, London College of Fashion diploması vermektedir. Akademik eğitimler 2 yıl İMA'da 1 yıl Londra'da eğitim verilmekte ve her yıl akademik eğitimlere 18-19 kişi katılmaktadır. Diğer yandan, yurtiçinde YÖK'e bağlılık kendileri için hem avantaj hem dezavantaj olarak gördüklerinden üniversite diplomasını yurt dışı

İMA'da Eğitim ve Koşulları

İMA ilk zamanlar moda ve tasarım eğitime 15-16 kişilik kadro ile başlamış olup, toplamda eğitimciler ile birlikte 35 kişilik bir ekip bulunmaktadır (yarı zamanlılar hariç). İMA'nın en üst kademedeki Akademik Direktör, Müdür ve Genel Direktör mevcuttur. Tam zamanlı eğitim ücretleri 4.000 TL'den başlıyor 15.000 TL'ye kadar değişiklik gösteriyor. Bu ekibin haricinde resepsiyon, güvenlik, temizlik, teknisyen istihdam ediliyor ayrıca personele yemek ücreti verilmektedir.

İMA tarafından verilen; seminerler, kısa süreli eğitimler ile dünya standartlarında farkındalık, yenilikçilik sağlanıyor. Bu seminer ve kısa süreli eğitimlerde genelde yurtdışından eğitimci seçiliyor. Yabancı eğitimciler günde 6 saatten fazla ders veremiyor, uçak, konaklama ve harca masraflarını İMA karşılıyor, eğitimci fiyatı günlük 800 İngiliz Sterlin 'den başlayıp 1500-2500 İngiliz Sterline kadar çıkmaktadır. Yabancılar genelde eğitim gününden önceki günü de hazırlık günü olarak istiyor. Yerli eğitimcilerde eğitimler saatlik ücretlendiriliyor, kişi yetkinliğe göre 150 TL'den 400TL'ye çıkmakta olup, genelde Koç ve Sabancı Üniversitelerinde eğitim ve danışmanlık yapan kişilerle irtibat kuruyorlar.

İMA, bu sektörde kazandığı tecrübelerle Güney Afrika'da ve İran'da kurulacak Moda Akademilerine danışmanlık yapacak ve Şanlıurfa'daki AB projesinde beraber çalışacaktır.

İMA Kütüphanesi

Kütüphaneye her yıl 50.000 TL bütçe ayrılmakta olup, sadece kitap yatırımı maliyeti 500.000 Euro'dur. Diğer kütüphane giderleriyle yatırımı maliyeti 700.000 Euro'ya ulaşmıştır.

Kütüphanenin amacı yaygın kullanımını sağlamak ve katma değer olarak kullanılmaktadır (gelir getirmiyor). Ayrıca İMA eğitim programlarında kütüphane oryantasyonu sağlanıyor. Kütüphanede sektöre ilişkin online sitelerden erişim sınırlı düzeyde olup, ağırlıklı olarak bu kütüphaneden basın ilgilenmektedir. Moda ve Tasarımda en büyük kütüphane Vakko'nun hazırladığı 1 milyon Euro'luk bütçe ile kurulan kütüphanedir

Kaynak: İMA yöneticileriyle yapılan görüşmeler.

ortağı vermekte olup, kendileri Milli Eğitim Bakanlığı onaylı sertifika veriyor. Mezunlar ağırlıklı olarak sanayiye çalışıyor ve kariyer planlaması da yapıyorlar.

Moda ve tasarım sektörüne yönelik İstanbul Kalkınma Ajansı destekli proje kapsamında İnkubasyon Merkezi kurulmuştur. Bu merkezler girişimcilerin yeni fikirlerini hayata geçirmeye çabaladıkları, ilk aşamada onlara ofis alanı gibi çeşitli kaynakları ve pazarlamadan hukuka kadar geniş bir yelpazede bilgi desteğini sağlayan (ücretsiz) oluşumdur. Bu merkezde tasarımcılar 2 yıl boyunca desteklenecek olup, 42 satış noktasına ulaşan tasarımcılar yer almaktadır. Avrupa da şu anda Londra, Belçika ve İstanbul'da olmak üzere 3 tane "İnkubasyon Merkezi" bulunmaktadır.

Sonuçta İMA'nın sektördeki

amacı, "Üniversitelerin sektör ihtiyaçlarını okumada yetersiz kalmaları, gelişime ayak uydurmakta zorlanmaları, uygulamada eksikliklerinin olması gibi nedenler ve İMA'nın bu kurumlara eşit uzaklıkta bulunması ve yol gösterme amacıyla sektör ile üniversitelerin arasını dolduran ve kar amacı gütmeyen bir kuruluş olarak hizmet vermekte olduğu" akademi yetkilileri tarafından açıklanmaktadır.

İstanbul Moda Akademisi (İMA) Önerileri

- Eğitim programları seçilirken sektörün beklentileri karşılanmalıdır. Kişilerin işe başlamasını kolaylaştıracak, sektörün istediği malzeme ve fiyat bilgisine sahip, sektörel üretime uygun tasarımları yapacak global anlamda vizyona sahip, modern, çağdaş, dinamik tasarımcılar yetiştirecek eğitim programları verilmeli,
 - Bursa'da kurulacak olan bu merkezde, il ihtiyacına göre ihtisaslaşma yapılmalı,
 - Öğrenci sergileri yapılmalıdır. Merkezde Kalite Yönetim Sistemi kurulmalı,
 - Sektörden devamlı geri bildirim alınmalı. Buna dair yöntemler belirlenmeli,
 - Sosyal medya iyi takip edilmeli, Google da ilk arama motoru hizmeti, marka yönetim ve iletişim hizmetleri alınmalı,
 - Üyelerin sürekli ziyaret edilmesi, durum değerlendirmelerinin yapılması ve eğitimlerde dikkate alınması. Her program için anket çalışması yapılması,
 - Marka işbirlikleri ile yapılan endüstriyel projelerle öğrencilerin sanayi tecrübesi kazanması sağlanmalı.
 - Eğitimde tekstil imalatçıları ile işbirliği kurulması.
 - Kurulacak Merkez de, profesyonel gelişim programlarının uygulanması ve sektör projeleri ile desteklenen eğitim modeli uygulamasının yapılması,
 - Eğitim içerikleri yurtiçi ve yurtdışı güncel talepler göz önüne alınarak hazırlanmalıdır (hazır giyim ve kadın giyim ağırlıklı, isteğe bağlı olarak firmalara lif, kumaş eğitimi verilmeli),
 - İMA katılımcıların eğitim durumuna ilişkin; tasarım vizyon ve bilgisine sahip kişilere tasarımın sanayide uygulanabilirliğinin eğitimini vererek uygulanabilirlik ve tasarım arasında bağ oluşturuyor,
- Kaynak:** İMA yöneticileriyle yapılan görüşmeler.

- **Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi - İstanbul**

**Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nin
İşbirliği Olanakları ve Öneriler**

- Paket ders programlara yönelik Üniversite ile eğitim-eğitmen işbirliği sağlanabilir. Sürekli Eğitim Merkezi (SEM) üzerinden 2-3 günlük eğitimler verilebilir.
- Yaratıcılığı arttıracak merkezler kurulabilir, yaratıcılığı destekleyecek eğitim ve projeler yapılabilir,
- Kurulacak bu merkezde tasarım ofisine yer verilebilir, tasarım stüdyoları oluşturulabilir, bağımsız tasarımcıların desteklenebilir,
- Endüstride en büyük sorun, entelektüel seviyesi düşük kişilerin tasarımcı olmasıdır. Merkezde sanat ve kültür eğitimlerine önem verilerek bu açık kapatılabilir,
- Bursa faaliyet gösteren Saydam ve Elvin Şirketleri ile üniversite de tasarım çalışmışları yapılmış olup, Ar-ge Proje Pazarı ile bu projelerde yapılan çalışma ve tasarım projelerinin sergilenmesi ve sanayi ile tasarımcıların tanışmasının gerekliliği periyodik olarak gösterilebilir,
- Merkez tekstil ve hazır giyim sektörüne katkı sağlayacak ve üniversiteden mezunların sanayiye geçişini kolaylaştırıcı eğitimler verilen ve sanayinin bilgi alacağı bir merkez olarak kurgulanabilir,
- Tasarımcı ve mühendislerin bir araya geleceği organizasyonlar yapılabilir,
- Ar-ge Proje Pazarında Tasarım Bahçe düzenlenmesinin geliştirilmesi gibi faaliyetler yapılabilir,
- Yaratıcılık konusunda gerekli eğitimler üniversite tarafından veriliyor. Sanat projeleri "Kurulacak Merkez" tarafından yapılabilir.
- Düzenlenen Ar-Ge Proje Pazarlarında Moda Tasarım Projeleri de dahil edilmeli,
- Kurulacak sanayi-üniversite köprüleri ile mezun olacak öğrencilere iş fırsatı oluşturulabilir.
- Üniversitenin eğitim stratejisi kaliteli eğitim vererek öğrenciler yetiştirmek olduğundan bu eğitime destek sağlayacak sanayide kullanılan programları "Kurulacak Merkez" destek verebilir,
- Merkezde, pilot üretim merkezi kurularak üniversite mezunu öğrencilerin donanımlı staj yapması sağlanabilir. Pilot üretim merkezinde numune makineleri, Jakarlı tezgâh yer almalı,
Kaynak: BUTEKOM ile birlikte MSÜ'ne yapılan ziyaret

- **Faruk Saraç Meslek Yüksek Okulu – Bursa**

**Kurulacak Moda Tasarım Merkezi ile
Faruk Saraç MYO İşbirliği Olanakları ve Önerileri**

- Yapılacak karşılıklı anlaşmalarla Meslek Yüksek Okulun bir katı ve öğretim görevlilerinin düzenlenecek eğitim programı için kiralanabileceğini ve okulun sahip olduğu altyapının kullanıma verilebileceği,
- Bursa'daki tekstil ve hazır giyim sektöre yönelik firma isimleri ve isteklerinin dökümü çıkarılması ve sektörün eğitime yönelik talep başlıklarının belirlenmesi,
- İstanbul'un moda haftası "İstanbul Fashion Week" gibi Bursa'da da etkinliğin olması gerekliliği,
- Tekstil ve Hazır giyim sektörünün önemli yer tuttuğu Bursa şehrinin de bir marka şehir olma çabası ve çalışmaları,
- Düzenlenecek Bursa Moda Günlerinde organizasyon işbirlikleri yapılabileceği,
- Yükseköğretimdeki müfredatın eskiliğinden (hala 1995 yılının müfredatının okullarda öğretilmesinden), doğan eğitim kurumunun sürdürülebilirliğinin zorlukları,
Kaynak: BUTEKOM tarafından yapılan ziyaret

- **WGSN(Worth Global Style Network) On-Line Tahmin Hizmeti**

WGSN GROUP Türkiye Temsilciliği ile İşbirliği ve Öneriler

Dünyanın lider online araştırma ve trend analizi bilgi servisi olan WGSN moda ve stil endustrisine hizmet vermektedir. 1998 yılında kurulan ve merkezi Londra'da bulunan WGSN; ayrıca New York, Tokyo, Paris, Barcelona gibi birçok moda merkezinde kurulu ofisleri ve global danışmanları ile 500 kişilik ekibe sahiptir.

Merkez ile WGSN ile yapılacak ortak çalışma planları;

- Dünya'daki sektörü eğitime aktarılmalı, WGSN modanın ticari yanını sektöre sunuyor. Tasarımcılar sanatsal değerlerini ve yeteneklerini trendler doğrultusunda ticari ürüne dönüştürmelidirler. Buda tasarımcıların doğru bilgilenmesi ve trendi takip etmeleri ile mümkün olmaktadır.
- Merkez tarafından bilinçlendirme semineri düzenlendiği gibi, dokümantasyon hazırlanıp sektöre sunulabilir.
- WGSN ile sağlanacak işbirliklerinde düzenlenecek seminerler, trendler, renkler, malzemeler ve sonraki sezonlara yansımalarını anlatan toplantılar, sezon bilgilerini içeren trend eğitimleri, defile analizleri, moda tahminleri, fuar takip PDF raporları yer alacaktır.
- WGSN web sayfalarını kullanma eğitimleri ve danışmanlık hizmeti de vermektedir.
- WGSN İstanbul Ofisi Yunanistan ve Orta Doğunun da temsilciliğini yapıyor, Türkiye'de 300 den fazla üyeleri, Dünyada 40.000 üyeleri var.
- WGSN'nin yıllık üyelik ücretleri 15.500 sterlin, ek servisler ekstra ücret gerektiriyor. (e-serviste, homebuilddlife, instock). Uzun süreli üyeliklerde indirim yapılabilir.
- Dünyadaki dört moda haftasına katılıyorlar, fuar analizleri, özel rapor isteyen müşterilerine ekstra ücret karşılığında danışmanlık veriyorlar, Pazar araştırması, Trend öngörülleri, tüketici analizleri ve öngörülleri ise ayrı bir hizmet kalemleridir.
- İnternet üzerinden seminerler de verilebiliyor (seminer ücretleri 10.000 TL),

İşbirliği Olanakları

- Moda ve Tasarım Merkezi tarafından katalog çıkarılabilir. Firmalar prestijli işlerde yer almak istiyorlar.
 - Danışmanlık hizmeti altında pazar araştırması yapılabilir (Sektörde 20.000 pound üstünde fiyatlandırılıyor).
 - Tüketici analizleri yapılabilir. Ürün satış analizleri e-ticaret sitelerinden bulunabilir,
 - WGSN ve Moda ve Tasarım Merkezi arasında faydalı işbirlikleri oluşturulabilir,
 - Tasarım ve Moda Merkezi ile çalışmalarda Londra ile görüşülecek, WGSN web sitesinden belli kısıtlamalar ile 6 ay-1 yıllık belli bir IP kısıtlamasıyla genel kullanım düşünülebilir,
- Kaynak:** BUTEKOM ile birlikte WGSN'ne yapılan ziyaret

2.10. Satış ve Rekabet Olanakları

Hiper tüketim kültürünün hâkim olduğu günümüz koşullarında arz talep dengesindeki sarsıcı değişiklikler, bir yandan "mal"ın değerinin hızla düşmesine yol açarken bir yandan da her türlü üretimde yer alacak yenilikçi süreci kaçınılmaz bir girdi haline getirmektedir. Eskiden işletmelerin sıradan bir fonksiyonu olarak görülen tasarım, bugün kurumsal stratejilerin belirlenmesinde, kurumsal kimlik oluşturulmasında ve stratejik konumlandırmada en etkin ve belirleyici bir unsur olmuştur. Katma değer zincirinin her halkasını başarılı biçimde oluşturmanın yolu, işin/ürünün her aşamasında daha fazla "entelektüel sermaye" eklenmesine bağlı hale gelmiştir. Bu nedenle, Türk Hazır Giyim Sanayinde küresel pazarda bundan böyle fiyat ile değil, ürün farklılaşması ile rekabet etmesi gerçeğinden yola çıkarak uluslararası rekabeti göğüsleyecek özgün tasarım anlayışı ve tasarım eğitimini gündeme taşımak, benimsetmek ve tasarım kültürünün geliştirilmesini sağlamak hazır giyim sektörünün sürekliliği ve dolayısıyla geleceği açısından önem kazanmaktadır. Fiyat-kalite-hizmet üçgeninde sıkışan ve hazır giyim sektöründe üretim yapan KOBİ'lerin, dünya pazarlarına ulaşabilmenin vazgeçilmez unsurlarından biri olan ürün tasarımına önem vermeleri gerekmektedir. Sürekli biçimde artan ihracat hacmi, sağladığı katma değer ve istihdam olanakları ile Türkiye ekonomisinde önemli bir yeri ve payı olan hazır giyim sanayiinin bunu devam ettirebilmesi için, rekabete uyum sağlayabilecek yeterliliklerinin olması gerekmektedir.

Moda tasarım sektörünün Türkiye'de ki en önemli başkenti İstanbul olarak görülmektedir. Moda tasarım sektörünün coğrafi özellikleri irdelendiğinde günümüzde üretim ve tasarım faaliyetleri küresel eğilimlere göre birbirinden farklı konumlarda gelişme eğiliminde olmasına rağmen birçok moda merkezinin üretim geçmişinin de olduğu bilinmektedir. Katma değeri yüksek ürün üretme kavramına en yakın sektör ise hazır giyim sektörü olarak ortaya

Kurulacak Moda Tasarım Sektörünün Ürün Bazında Temel Rekabet Unsurları

Elyaf üreticileri; iplik ve kumaş imalatçıları, sanayi ticaret organizasyonları, yayılma sürecinde hazır giyim yöneticilerini elyaf ve kumaştaki yenilikler hakkında bilgilendirerek önemli roller oynamaktadır.

Kumaş tasarımcıları; görünümlerin sayısız çeşitlendirmesini üretmek üzere renk, doku ve ışıkla çalışmaktadırlar. Dokuma veya örgü desenlerini, kumaşların yüzey dokusunu ve kumaş üzerine yapılmış baskı renk ve tasarımı değiştirebilirler. Her sezon modanın vurguladığı baskı desenleri değişerek ve hatta birkaç baskı deseninin kullanıldığı sezonlar (veya yıllar) daha eğilimlidir.

Trend raporları; tekstil ve moda pazarında odak noktalar (kadın, erkek, çocuk, giyimi ve iç mekan tekstilleri) için iplik ve kumaş fuarları, sokak modası, tasarımcı koleksiyonları, ticari fuar raporları, kumaş ve desen tasarımları, renk ve stil eğilimleri dahil olmak üzere trend bilgileri sunmaktadır.

Kumaş trendleri; moda trendlerinden önce ortaya çıkmaktadır, çünkü kumaşları gözden geçirme ve seçme işlemi, ürün geliştirmenin başlangıç aşamalarından biridir. Tekstildeki gelişmelere dayanan trendler, yenilikçi modellerin yayılmasını takip etmektedir. Tasarımcılar ürün geliştirme döngüsünde kumaşları çok erken seçmektedirler. Çünkü kumaşların özellikleri silüetlere ve koleksiyonun ruh haline bağlıdır. Bazı tasarımcılar, her sezon kullandıkları bir imza kumaşına sahiptirler. Diğer tasarımcılar gruptan gruba, sezondan sezona farklı kumaşlar kullanmaktadırlar.

Renk tahmini; büyük bir sektör haline gelmiştir. Yalnızca kıyafetleri değil kozmetik, ev mobilyaları, yaşam tarzı ürünleri ve otomotiv endüstrisini de etkilemektedir. Moda sektöründeki renk belirleyicileri, satış figürleri ve renklere karşı piyasanın ilgisindeki değişiklikler hakkında tüm dünyadan bilgi toplamaktadırlar. Daha sonra Avrupa'da ve Amerika'da yılda iki kez toplanarak sektördeki trendleri belirlemek için bir araya gelmektedirler.

çıkılmaktadır. Dolayısıyla, sektörün rekabet edebilmesi için; moda tasarımı, tasarım eğitimi, tasarım sektörüne yönelik araştırmalar ve marka stratejilerinin oluşturulması başta gelen unsurlardır. Diğer yandan, tekstil ve hazır giyim sektörünün başarısı ürettiği ürünün görselliği ile doğrudan ilgilidir. Bu yüzden sektör tüketicilerin beklentilerine hitap eden bir marka ve moda yaratmak için çalışılmalıdır. Tüm bunlar üründe kaliteyi getirecek olan marka imajı ve moda bağli unsurlardır. Ürünün sosyal imajını oluşturan etkenler arasında onun menşei (ülkesi) ve markası başta gelmektedir. Maliyetlerin yükselip, üretim zamanının kısaldığı, teknolojinin hızla eskiiyip, entegrasyona acil ihtiyacın olduğu bu dönemde Türk tekstil ve moda sanayinin kendi özgün modellerini ve tasarımlarını taşıyan marka ürünlerini yeni pazarlara sokması için yeni tarzlara ihtiyacı bulunmaktadır. Bu amaç kapsamında Bursa'da kurulması düşünülen "Moda ve Tasarım Merkezi" gibi kuruluşların etkin bir şekilde faaliyette bulunmasının yanında, başarılı bir moda ve tekstil tasarım eğitimi vermesi ve benzer birçok kuruluşunda sektörde faaliyet göstermesi büyük önem taşımaktadır. Ayrıca işsizliğin bir sorun olduğu ülkemizde istihdam sağlamak açısından tekstil ve moda sektörü önemli bir sektör olarak karşımıza çıkarken, bu kapsamda tekstil ve moda eğitiminin önemi bir kez daha kendini hissettirmektedir.

Moda Tasarımında Görsel Sanatlar Eğitiminin Önemi ve Bursa

Ülkemizde yıllardır çoğunlukla sadece üretim odaklı verilen moda eğitimi bugün geçerliliğini yitirmiştir. Sadece üretmek, işçilikten başka bir şey değildir. Üretmeden önce araştırmak, sorgulamak, düşünmek ve tasarlamak gerekmektedir. Tasarım eğitimi mutlaka görsel sanat eğitimi ile temellendirilmelidir.

Tasarımcının sanatsal, estetik, yaratıcı, özgür, özgün, yenilikçi ve sezgisel eğitim ihtiyacı ancak görsel sanatlar eğitimi ile karşılanabilmektedir. Tasarım fikrinin zihinde oluşup, geliştirilmesi, bu fikrin kağıda veya bilgisayar ortamına aktarılmasına kadar tüm süreçler görsel sanatlar eğitimin desteği ile gerçekleştirilmelidir.

Bursa'da kurulması/verilmesi düşünülen moda tasarım eğitimi ile ilin var olan tarihsel dokusu değerlendirilmeli ve mutlaka yararlanılmalıdır.

Ancak istenilen tasarım ve marka düzeyine hala gelinememesi moda ve tekstil tasarımı eğitimine gereken önemin verilemeyip yeterince yaygınlaştırılmadığı görülmektedir. Bundan on-on beş yıl önce tam anlamıyla moda ve tekstil tasarımı eğitimi veren üniversiteler oldukça az ve buralardan mezun olan tasarımcılar bir tekstil ülkesi olan Türkiye'nin tasarım ihtiyacına yetmeyecek kadar yetersiz sayıdaydı. Bu yüzden tekstil ve moda sektöründe yeterli tasarım eğitimi alamamış kimseler tasarımcı olarak çalışmaktaydı, yenilikçi ve özgün tasarım ruhu ve sanatsal estetik görüş geliştiremedikleri için sanayide yapılan üretim taklit ve fasondan pek öteye gidememekteydi. Bu yüzden daha çok markaların fason üretimini yapan Türk işletmeleri neredeyse sadece işçilik ve maliyetini kurtarmak için az bir karla çalışırken, marka sahipleri olan yabancı girişimciler karın çoğunu kazanmaktadır. Türkiye'nin de dünya pazarındaki markalaşmış yerini alması için öncelikle nitelikli ve endüstrinin taleplerine yönelik tasarım ve tasarımcı sorununu çözmesi gerekmektedir. Bu ihtiyacı en etkili şekilde giderecek kurumlar elbette ki bu alanda eğitim verecek olan üniversiteler, mesleki sektörel birlikler ve özel sektör de faaliyet gösterecek benzer eğitim kuruluşları olarak görülmektedir.

Bugün moda ve tekstil tasarımı (lisans) eğitimine büyük bir oranda yetenek sınavıyla öğrenci seçilmektedir. Moda ve tekstil tasarımı eğitiminin girdisi kadar çıktısı da önemli olup, verimli bir eğitim anlayışı temel ilke olmalıdır. Bugün yurtiçinde ve yurtdışında moda ve tekstil tasarımı eğitimi popüler bir kariyer seçeneği haline gelmiştir. Pek çok alanın iç içe geçtiği ve birçok yeterliliğin bir arada bulunması gerektiği moda ve tekstil tasarımı eğitimi çok yönlü olmak zorundadır. Tasarım ağırlıklı olan eğitim sürecinde, endüstriye ve sanata dönük öğretim gerçeği bu programların temelini oluşturmaktadır.

Ülkemizde giderek büyüyen tekstil ve moda sektörü, tekstil ve moda tasarımı alanlarında eğitim veren okulların da yaygınlaşmasında itici güç olmaktadır. Pek çok ilde ve ilçede mesleki ortaöğretim kurumlarında tekstil, moda, konfeksiyon, giyim, hazır giyim, moda tasarımı ve tekstil tasarımı gibi programlarda eğitim verilmektedir. Yine 2 yıllık ön lisans programlarında da sanayiye ara eleman yetiştirmek amacıyla bu alanlarda eğitim öğretim yapılmaktadır. 4 yıllık fakülte ve yüksekokullarda değişik bölüm adları altında tekstil ve moda tasarımı eğitimi verilmektedir.

- **Bursa**

Bursa tekstil ve hazır giyim sektörünün Türkiye içindeki gelişmiş yapısı göz önüne alındığında maalesef mevcut durumda moda tasarım eğitimine yönelik lisans düzeyinde eğitim veren okullar bulunmamaktadır. İlde geç de olsa 2010 yılında sektöre yönelik 2 yıllık özel meslek yüksekokulu (Faruk Saraç MYO) açılmıştır. Diğer yandan temelde sektörün ara eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla il merkezi ve ilçeler de mesleki ortaöğretim kurumlarında tekstil, konfeksiyon ve hazır giyime yönelik programların olduğu da görülmektedir (bu kurumlarda eğitimin direk sektöre yönelik olmasından ziyade daha çok ders düzeyinde olmaktadır). Türkiye genelinde olduğu gibi Bursa'da da sektöre yönelik her bir eğitim aşamasının (bütünsel olarak moda ve tasarım eğitiminden ziyade) farklı hedef ve amaçları olduğu görülmektedir. Kurulması düşünülen Moda ve Tasarım Merkezinde verilecek "Dönemlik Eğitimlerin" hedef kitlesi tasarım, moda eğitimini tamamlamış sektörde çalışan, verilecek eğitimin gerektirdiği temel bilgi ve becerilere sahip katılımcılar olması hedeflenmektedir.

Bursa iline ve moda ve tasarım sektörüne yönelik yapılan anket çalışması neticesinde (anketin ayrıntıları çalışmanın sektörel talep kısmında verilmiştir) dikkat çekici sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bu anket sonuçları ile ilde moda ve tasarım sektörüne yönelik moda tasarımcısı ve araştırma raporları ile tasarım proje hizmetlerinin oluşması/gelişmesi yönünde potansiyelin olduğu görülmektedir. Diğer yandan Türkiye ve Bursa'nın büyük tesislerinden birisi olan Yeşim Tekstil A.Ş.'nin tasarım bölümünde çalışan yetkililerin, *Tekstil sektöründe*; grafik tasarımcısı, Dokuma ve Ev Tekstili sektörlerinde; desen tasarımcı ihtiyacının olduğu özellikle belirtilmiştir.

Moda ve Tasarım Merkezi'nin eğitim ve diğer hizmetleri kurulmakta olan "Tekstil ve Teknik Tekstil Mükemmeliyet Merkezi" binasının 2. katında (2.000 m²) faaliyet göstermesi

planlanmaktadır. Tekstil ve teknik tekstil gibi sektöre Ar-ge hizmeti veren tesiste moda ve tasarıma yönelik eğitim ve araştırma raporlarının hazırlanması sektörün Ür-Ge ayağını oluşturması bakımından bir bütünlük arz edeceği ve olumlu katkıların olacağı düşünülmektedir. Ancak, moda tasarıma yönelik eğitim veren özel okulların (İMA, Faruk Saraç gibi) yapısı incelendiğinde; bu okulların binaları genelde şehrin merkezinde ve şehrin dokusunu yansıtan tarihi binalarda eğitim verdikleri dikkati çekmektedir. Bursa'da kurulması düşünülen "Moda ve Tasarım Akademisi" için bu durum (talep yönlü) rekabet edebilmek açısından bir dezavantaj teşkil edebileceği de göz önüne alınmalıdır. Diğer yandan sektör eğitimine yönelik Türkiye genelinde (Bursa içinde geçerli olan) nitelikli eğitmen, öğretim görevlisi sıkıntısının olduğu da sektör yetkilileri tarafından çok sık belirtilmektedir. Bu durum verilecek eğitimin kalitesini ve rekabet edebilirliğini etkileyen önemli unsurlardan bir diğerini oluşturmaktadır. Merkezin piyasa şartlarında faaliyet göstermesi açısından önemli olan bir başka nokta da dönemlik eğitim fiyatlarının düzeyidir. Yeni kurulacak olması ve sektörde tanınırlığı olmadan (gerçi eğitime 3. yılda başlasa da) Merkezin "Dönemlik Eğitim" fiyatlarında rekabetçi (İMA, Vakıf Üniversiteleri) bir fiyatın ve koşulların olmasını gerektirmektedir.

Bursa'da kurulacak "Moda ve Tasarım Merkezi" yurt içi ve yurt dışında çeşitli eğitim veren diğer kuruluşlar ile işbirliği içinde olacaktır. Yurtiçinde işbirliği içinde olunacak en önemli kurumlar arasında üniversiteler (özellikle Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi ve vakıf üniversiteleri) yer almaktadır. Bu kurumlardan gerek öğrenim ve gerekse öğretim görevlisi-eğitmen konusunda işbirliği içinde olunması planlanmaktadır. Ancak sektörün orta ve uzun vadede temel eğitmen ihtiyacını (kadrolu) bünyesine katması merkezin sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Diğer yandan işbirliği içinde olunması düşünülen ve ilde eğitim faaliyetleri gerçekleştiren Faruk Saraç MYO'da yer almaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki bu okul Bursa'da faaliyet göstermekte olup, kurulacak merkez ile aynı sektör içinde yer almaktadır.

Türkiye'deki tasarım yarışmalarında dereceye giren tasarımların ürün halinde ticarileşmesi "Ürün Tasarım Hizmetleri" kapsamında Merkez tarafından yapılacaktır. Bu yarışmalarda değerlendirilmek üzere oldukça fazla tasarım ortaya konulmasına rağmen dereceye girenlerin dışındaki tasarım ve tasarımcılar sektöre kazandırılmamaktadır. Kurulacak olan Moda ve Tasarım Merkezi, tasarım yarışmalarında dereceye giremeyen tasarımların da değerlendirmesini amaçlamaktadır.

Merkezin 3. yılında devreye girmesi planlanan dönemlik eğitim faaliyeti için geçerliliği olan yurt dışında faaliyet gösteren tanınmış moda ve tasarım akademisi ile işbirliğine gidilebilmesi eğitim faaliyetlerinin niteliğinin artırılması açısından önemli olduğu gibi, merkezin eğitim pastasından daha yüksek bir pay almasını da sağlayacaktır. Ancak bu akademilerin çeşitli ağır koşullar talep etmesi (lisans ücreti, belli sayıda öğrenci sayısı, eğitimin verileceği bina mimarisi, eğitim programı vb) neticesinde merkeze önemli maliyetlerde getirecektir. Merkezin yurt dışı bir

okulla ortak eğitim veya modül bazında işbirliğine girmesinin ilk yıllarda olmasa da daha sonraki yıllarda faydalı olacağı görülmektedir.

Diğer yandan eğitimin yanı sıra Merkezin vereceği diğer hizmetler konusunda işbirliği içinde olacağı kurumlar bulunmaktadır. Bunların başında dünyanın en başarılı on-line trend hizmeti veren WGSN (Londra merkezli) ile moda trend, renk trend ve moda takip rapor ve araştırmaları için iş birliği öngörülmektedir. Ancak bu şirketin web hizmetlerinin kısıtlı ve sınırlı kullanımı (KOBİ'lere link vermek gibi) olması gibi olumsuz durumlar da bulunmaktadır. Diğer yandan WGSN, kurulacak Merkezin yapacağı benzer hizmetleri çok kapsamlı yapmakta olup, üyelik ve araştırma rapor ücretinin çok yüksek olması Merkez için bir avantaj olarak değerlendirilebilir. Merkezin hizmetleri arasında yer alan (özellikle KOBİ niteliğinde olan şirketler için) bu ve buna benzer raporlara talebin oluşmasındaki en büyük etkenlerin başında; fiyat ve raporun niteliği gelmektedir.

Eğitim programları ile birlikte Merkez tarafından yürütülecek diğer hizmetlerin piyasada talep edilebilir olması eğitimde gösterilen başarıya bağlı olacağı tahmin edilmektedir. Merkezin hizmetlerine yönelik özellikle dönemlik eğitimler sonucu mezun olan katılımcılar ile sıkı ilişkiler içinde olması ve geri bildirim mekanizmalarını kurması çok önemli faktör olarak görülmektedir.

Bursa Moda ve Tasarım Merkezi

Tekstil, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörlerinde mevcut Ür-Ge alt yapısını geliştirmek, sektördeki firmaların Ür-Ge bölümlerini desteklemek ve firmalara istihdam sağlayacak modacı ve tasarımcıları yetiştirmek üzere Bursa'da bir "Moda ve Tasarım Merkezi" kurulması planlanmaktadır.

"Moda ve Tasarım Merkezi", genel olarak Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinin Ür-Ge ve inovasyon alt yapısını güçlendirerek,

- Sektörlerdeki firmaların kendi bünyelerinde gerçekleştiremedikleri moda ve tasarım çalışmalarına katkı yaparak, ürünlere katma değer sağlanmasına,*
- Sağlanan katma değerle firmaların rekabet gücünün artırılmasına ve uluslararası alanda yeni pazarlara girmesine,*
- Bölgedeki iş gücü niteliğinin artırılmasına,*
- Sektörel çalışmaları güçlendirmek ve etkinliğini artırma amaçlı işbirliği platformlarının oluşumuna ve desteklenmesine olanak sağlayacaktır.*

Kaynak: BUTEKOM

Sektöre yönelik eğitim veren birçok lisans ve ön lisans düzeyinde eğitim kurumu olmasına rağmen sektörün ihtiyacı olan nitelikli eleman sıkıntısının var olduğu sektör yetkililerince sık sık ifade edilmektedir. Bu durumda sektörün talebini karşılayacak endüstri-eğitim ilişkisinin yetersiz olduğu ve Bursa'da kurulacak Merkezin sektör ile işbirliği içinde ve ihtiyacına göre bir eğitim programı uygulaması rekabet edebilmesi açısından avantaj yaratacaktır. Ancak, Merkezin hizmetlerine yönelik özellikle dönemlik eğitime talebin kısa sürede oluşmasında sıkıntıların (ücret, tanınırlık, nitelikli eğitim ve eğitmen, tarihsel dokuyu yansıtan bina, finansman vb.) olacağı da düşünülmektedir. Merkezin yarı kamusal yapıda olması (BTSO, UHKİB, UİB ve bu kurumların üyeleri) ve Bursa'da faaliyet gösteren sektöre yönelik faaliyet gösteren şirketler ile ortakların gerek yatırım aşamasında ve gerekse faaliyete geçtikten sonra moda ve tasarım sektörü merkezini desteklemeleri önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.11. İşletmeci Firmanın Faaliyetleri

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UİB) tarafından, 2007 yılında Bursa ve çevresindeki ilgili kurum ve kuruluşların katılımı ile Türkiye Tekstil Sektörünün geleceğine ait bir vizyon belirlemek üzere “Tekstil Teknolojileri Çalışma Grubu” (TTÇG) oluşturulmuştur. TTÇG faaliyetleri neticesinde 2008 yılı Ocak ayında kamuoyu ile paylaşılan bir rapor hazırlanarak 2008 yılında bir “Araştırma Merkezinin” kurulması öngörülmüştür.

Bu amaçla, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UİB) ile Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin ortak oldukları bir şirket kurulmuş ve 19.08.2008 tarihinde “Uludağ İhracatçı Birlikleri Bursa Tekstil ve Konfeksiyon, Teknoloji, Eğitim, Araştırma, Danışmanlık ve Enerji Verimliliği Hizmetleri Limited Şirketi” (BUTEKOM) ismi ile tüzel kişilik kazanmıştır. BUTEKOM'un amacı, Bursa' da Tekstil, Hazır Giyim ve Konfeksiyon firmalarının yenilikçi ve teknik tekstillere yönelik ürünleri üretmelerinin sağlanması, moda ve markaya yönelik katma değeri yüksek ürünlerin geliştirilmesi, üretim verimliliğinin artırılması, paydaşlar arasında gerekli eğitim, işbirliği, koordinasyon ve iletişimin zamanında sağlanmasıdır. Bu amaçla BUTEKOM' un görevi başta UİB üyeleri olmak üzere, Bursa ve çevresindeki tüm tekstil ve hazır giyim işletmelerinin dağınık Ar-Ge ve Ür-Ge faaliyetlerini belirlenen konulara odaklamak ve yönlendirmektir.

Moda ve Tasarım Merkezi, BUTEKOM'un işletmecisi olduğu Tekstil ve Teknik Tekstil Mükemmeliyet Merkezi için planlanan binanın 2,000 m²' lik alanında faaliyette bulunacaktır. Mükemmeliyet Merkezi'nde tekstil ve özellikle teknik tekstil endüstrisine başta laboratuvar hizmetleri olmak üzere, eğitim, teknik danışmanlık, proje ve proje ortaklığı gibi alanlar da hizmet verilecektir. BUTEKOM bu hizmetlerin bir kısmını (laboratuvar hizmetleri hariç) son üç yıldır yoğun bir şekilde vermekte iken, moda ve tasarım sektörüne yönelik bir faaliyeti bulunmamaktadır.

2.12. Öngörülen Kapasite Kullanım Oranları

Moda ve Tasarım Merkezinin yürütücüsü olan BUTEKOM'un sektörün diğer alanlardaki yatırımları ve faaliyetleri ile sektörün yapısı dikkate alındığında, Merkezin önümüzdeki dönemde aşağıdaki ortalama Kapasite Kullanım Oranları (KKO) ile çalışacağı öngörülmektedir.

Tablo 9: Moda ve Tasarım Merkezi İçin Öngörülen Ekonomik KKO

Yıllar	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
Ortalama KKO (%) (*)	69	71	73	78	88

(*): Moda ve Tasarım Merkezi için önümüzdeki yıllara ilişkin adet ve kişi bazında öngörülen hizmet faaliyetleri, tam kapasitedeki işletme gelirlerine göre ağırlıklandırılarak hesaplanmıştır.

3. TEKNİK İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

3.1. Kuruluş Yeri Fiziksel ve Coğrafi Özellikler:

Marmara Bölgesinde yer alan Bursa, aralarında Türkiye'nin ilk organize sanayi bölgesinin de yer aldığı 13 sanayi, 19 küçük sanayi bölgesine, 1 serbest bölgeye ve yine sanayi sektörüne hizmet veren bir de teknoloji geliştirme merkezine sahiptir. Türkiye'nin ikinci büyük ihracatçı birliğine sahip olan Bursa'da tekstil, otomotiv, otomotiv yan sanayi, hazır giyim, konfeksiyon, makine ve metal sanayii, kuru-yaş ve dondurulmuş gıda, tarım ve hizmet sektöründe çalışan firmalar yoğun olarak bulunmaktadır.

Maliye Bakanlığı'nın 2008 yılı verilerine göre Bursa, ülke ekonomisine sağladığı bütçe gelirleri açısından İstanbul, Ankara, Kocaeli ve İzmir'den sonra 5. sırada yer almaktadır. 2012 yılı ihracat rakamlarına bakıldığında ihracat değeri bakımından Bursa Türkiye'de 3. sırada bulunmaktadır. Kalkınma Bakanlığı tarafından 2011 yılında yapılan SEGE-2011 çalışmasına göre sosyoekonomik gelişmişlik açısından Bursa 6. sıradadır. BEBKA tarafından yapılan ve beşeri gelişmişlik, sosyo-kültürel gelişmişlik, ekonomik gelişmişlik, yenilikçilik, yaşam kalitesi ve erişilebilirlik gibi beş bileşeni kapsayan genel kalkınma endeksinde ise Bursa 3. sırada bulunmaktadır. Toplam işletme sayısında Bursa (%8), İstanbul'dan (%31) sonra ülke genelinde ikinci sırayı almaktadır.

3.2. Teknik Analiz ve Tasarım



Bursa'da on üç adet OSB mevcuttur. Yapılacak olan Moda ve Tasarım Merkezi yatırımının, temeli atılan TTMM binasının yaklaşık 1828 m² büyüklüğündeki bir katında yapılması planlanmaktadır. TTMM'nin yatırımı, Osmangazi ilçesinde 1990 yılında kurulan karma tipteki Demirtaş OSB'de (DOSAB) devam etmektedir.

Şekil 1: Bursa'daki OSB'ler ve DOSAB'ın Konumu

Moda ve Tasarım Merkezi yatırımı işletmeye geçtikten 3 yıl sonra devreye alınacak olan dönemsel eğitimlerin hedeflenen düzeye çıkması durumunda, merkezin sanatsal/mimari değeri

daha yüksek ilâve bir eğitim binasına ihtiyaç duyulabileceği tahmin edilmektedir. Ancak bu ilâve yatırımın, bu fizibilitenin konusu içinde değerlendirilmesi mümkün olmamıştır.

TTMM mevcut durumda DOSAB'da İmar Planı Demirtaş 509 ada 6 nolu parselde tapuya kayıtlı olan ve 30 yıllığına Bursa Sanayi Ticaret Odasına (BTSO) kiralanmış toplam 38.000 m²'lik alanın yaklaşık 3088 m²'lik bir kısmında fiziki yatırımı devam etmektedir. Yatırımın inşa edildiği DOSAB'da her türlü altyapı hizmeti sağlanmış durumdadır. Elektrik, su, doğalgaz, iletişim teminine ilişkin bir sorun yoktur. Bölgede işgücü teminine ilişkin herhangi bir sorun olması da beklenmemektedir. Fizibilite konusu Moda ve Tasarım Merkezi tamamlandıktan sonra, halen yatırımı devam eden TTMM'nin ikinci katında toplam 1.828 m² kapalı alanda yer alacaktır.

3.3. Alternatif Teknolojilerin Analizi ve Teknoloji Seçimi

Moda ve Tasarım Merkezinde yer alan makine, teçhizat ve cihazların dökümü Madde 3.6.5'te verilmiştir. Kullanılacak ekipmanlar incelendiğinde, tasarımda ağırlıklı olarak bilgisayar, uygulamalı eğitimlerde de konfeksiyon üretiminde kullanılacak dikiş makinelerinin olduğu görülecektir. Tasarımda kullanılacak bilgisayarlar seçilirken, kullanılacak yazılım programları ile uyumlu, tasarım lisanslarının kullanılabilmesi moda tasarımının yapılabileceği en gelişmiş bilgisayarlar seçilmiştir. Bu bilgisayar ve uygulamalı eğitimde kullanılacak dikiş makinelerinin seçiminde fiyat ve performans oranı dikkate alınırken makine/cihazların daha çok performans özellikleri ön plana çıkmıştır. Bu merkezde herhangi bir seri üretim söz konusu olmayacaktır. Ancak bilgisayarların yeni teknoloji ile adapte edilebilir nitelikte ve kullanılacak yazılım programları ile uyumlu, hızlı olmasına, dikiş makinelerinin de uzun dönemli, çok sayıda kullanıcı tarafından kullanılacak sağlamlıkta olmasına, servis, bakım, onarım hizmetlerinin erişilebilir ve ekonomik olmasına dikkat edilmiştir.

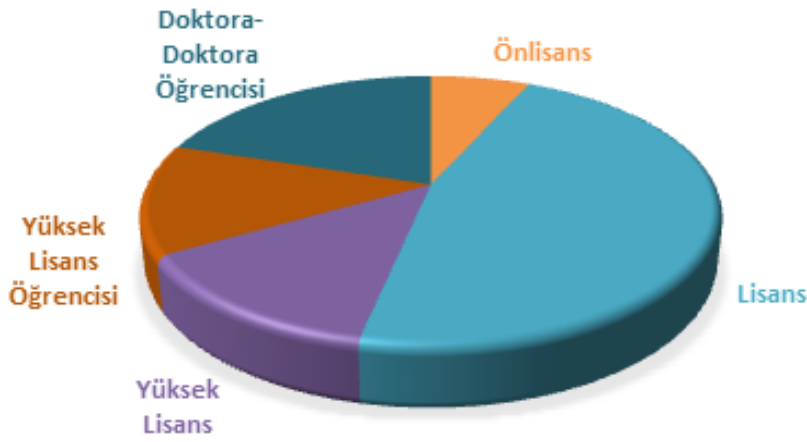
3.4. Proje Yönetimi ve Uygulama Programı

3.4.1. Proje Ortağı ve Yürütücüsü Kuruluş

Proje yürütücüsü kurum BUTEKOM olacaktır. BUTEKOM 2007 yılında UTİB tarafından, Bursa ve çevresindeki ilgili kurum ve kuruluşların katılımı ile Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği ve Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin ortaklıklarında 19.08.2008 tarihinde kurulmuştur. BUTEKOM şirketinin açık unvanı "Uludağ İhracatçı Birlikleri Bursa Tekstil ve Konfeksiyon, Teknoloji, Eğitim, Araştırma, Danışmanlık ve Enerji Verimliliği Hizmetleri Limited Şirketi" dir. 15 Ekim 2014 tarihi itibarıyla BUTEKOM sermaye yapısında değişiklik olmuş olup yeni haliyle %50 Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) , %37,5 Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB), %12,5 Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (UHKİB) ortaklığı şeklinde çalışmalarına devam etmektedir. BUTEKOM' un mevcut organizasyon yapısı aşağıda verilmiştir.



Şekil 2: BUTEKOM Organizasyon Şeması.



BUTEKOM'da mevcut durumda 1 müdür, 6 tekstil mühendisi, 2 çevre mühendisi, 1 kimyager, 1 tekstil öğretmeni, 1 dış ticaret uzmanı, 3 stand servis elemanı olmak üzere toplam 15 kişi çalışmaktadır.

Şekil 3: BUTEKOM Personeli Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

3.4.2. Teknik Kapasite

Yapılacak olan Moda ve Tasarım Merkezi, DOSAB 509 ada 6 nolu parselde yer alacak olan Tekstil Mükemmellik Merkezi'nin ikinci katıdır. BUTEKOM'un mevcut faaliyetleri bu fizibilite kapsamı dışında tutulmuştur. Fizibilite konusu Moda ve Tasarım Merkezi'nin **yıllık tam kapasitedeki hizmet miktarı, personel sayısı ve ortalama personel niteliği esas alınarak öngörülmüştür**. Tam kapasitede üretilecek maksimum hizmet miktarını belirleyici nitelikte olan unsur, işletmede çalışacak kişi sayısı ve nitelikleri ile piyasanın ihtiyaç duyacağı hizmetlerin zamanında merkez tarafından planlanması ve yönetilmesidir. Bu nedenle merkezin tam kapasitede yıllık hizmet miktarları aşağıdaki tabloda özetlenirken, tablonun altına yıllar itibariyle çalışacak personel sayısı da eklenmiştir.

Tablo 10: Tam Kapasitede Yıllar İtibariyle Üretilebilecek Hizmetler

Bölüm	Hizmetin Adı	Hizmet Sayısı Adet/Yıl					Hedeflenen Kişi Sayısı (Kişi/Seminer)				
		Yıllar					Yıllar				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1 Seminer Hizmetleri	Seminer	10	12	12	12	12	50	50	50	50	50
2 Trend Araştırmaları, İzleme ve Raporlama Hizmetleri	Moda Trendi Araştırması	1	1	1	1	1	10	10	10	10	10
	Renk Trendi Araştırması	1	2	2	3	5	10	10	10	10	10
	Fuar ve Moda Takip Raporu	3	3	5	6	8	20	25	30	30	35
Araştırma Raporları Ara Toplam		5	6	8	10	14					
3 Pazar Araştırması Hizmetleri	Üretici Tedarikçi Araştırması	1	2	4	4	6	5	7	10	10	10
	Pazar Araştırması	1	1	1	2	2	8	10	10	10	10
	Tasarım Destekleri	2	4	5	7	9	1	1	1	1	1
	Ürün Tasarım Faaliyeti	10	15	20	30	40	1	1	1	1	1
4 Trend Alanı Tasarımı		0	1	2	2	2					
5 Destek Eğitimleri -20 saat - Bir haftalık		0	2	4	4	6	0	25	25	25	25
Destek Eğitimleri -80 saat- Bir aylık		0	3	6	6	8	0	15	15	15	15
Destek Eğitimleri -240 saat-Üç aylık		0	1	2	2	4	0	15	15	15	15
Destek Eğitimleri Ara Toplam		0	6	12	12	18					
6 Dönemlik Eğitim- Akademik Program		0	0	1	2	3	0	0	10	30	50
7 Proje	Endüstri ve Tasarım Projeleri	0	0	2	2	3	0	0	0	0	0
	Koleksiyonlar	0	0	2	2	3	0	0	0	0	0

3.4.3. Projenin Uygulamas-Faaliyet Planı

Moda ve Tasarım Merkezi yatırımının fiziki termin planı aşağıda verilmiştir. Mali uygulamanın da fiziki gerçekleşme ile eşzamanlı gerçekleştirileceği öngörülmüştür.

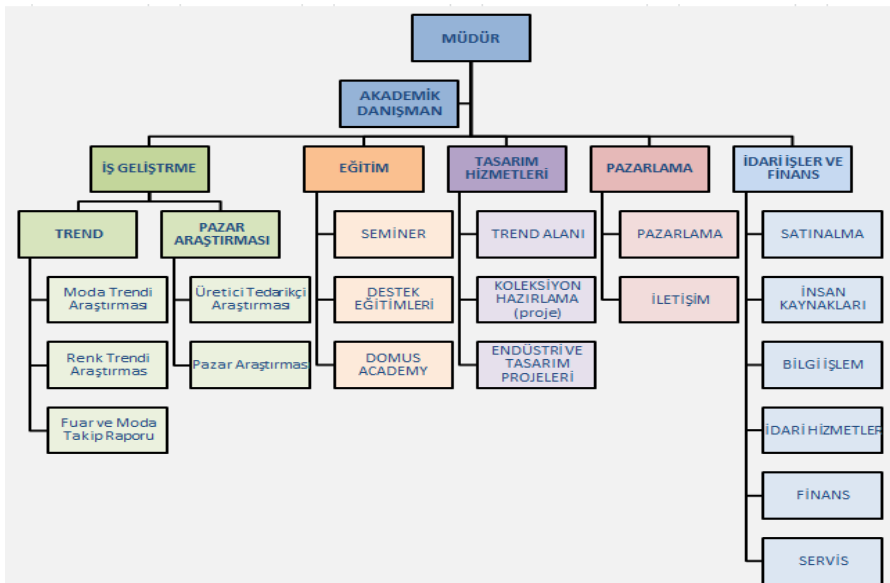
Tablo 11: Yatırım Termin Planı

FAALİYETLER	I.YIL												2.YIL			
	AYLAR															
	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3			
Etüt, Proje ve Araştırma Faaliyetleri																
İnşaat Faaliyetleri																
Makine Ekipman, Cihaz Alımları																
Yardımcı Makine Cihaz																
Web Sayfası tasarım ve Kurulum																
Lisans Alımları																
Eğitimler																
İthalat Gümrükleme																
Nakliye																
Montaj- Kurulum																
Yardımcı Tesisler Kurulum																
Taşıt Aracı Demirbaşlar																
Möble-Tefriş-Mutfak vb																
İşletmeye Alma																
Genel Gider-Seyahat vb																

Moda ve Tasarım Merkezi, yatırımına başlanılan Teknik Tekstil Mükemmeliyet Merkezi'nin ikinci katında yer alacaktır. Teknik Tekstil Mükemmeliyet Merkezi inşaatının 2016 yılı başında bitirilmesi planlanmaktadır. Moda ve Tasarım Merkezi yatırımının da, TTMM inşaatın bütününe tamamlanmasına bağlı olarak yukarıda özetlenen sürelerde tamamlanması öngörülmüştür.

3.5. Organizasyon Yapısı

Moda ve Tasarım Merkezi'nin oluşturacağı organizasyonel yapı aşağıdaki gibi olacaktır.



3.5.1. İnsan Gücü İhtiyacı ve Öngörülen Giderler

Moda ve Tasarım Merkezi projesinin yatırım süreci ve işletmesinden sorumlu koordinatörleri aşağıda verilmiştir.

Tablo 12: Proje Koordinasyonu

Ad-Soyadı	Kurumu	Unvanı/Görevi	Sorumluluğu
Nüvit GÜNDEMİR	UHKİB	UHKİB Yönetim Kurulu Üyesi	Proje Yönetimi
Şengül TEKE	BUTEKOM	Tekstil Yüksek Mühendisi / Müdür	Proje Koordinatör
Nejla DEĞİRMENCİ	BUTEKOM	Kimyager	Proje Uzmanı
Prof. Dr. Yusuf ULCAY	Uludağ Üniv, BTO ve UTİB Danışmanı	Tekstil ve Makine Mühendisi / Öğretim Üyesi	Proje Danışmanı

Tablo 13: Projenin Yürütülmesinde Çalışan Personel ve Proje Çalışmaları

Ad-Soyadı	Kurumu	Unvanı/Görevi	Projedeki Çalışmaları
Zarife BOZKURT	BUTEKOM	Tekstil Mühendisi	Türkiye’de Mevcut Merkez ve Üniversitelerin İncelenmesi ve Raporlanması
Nejla DEĞİRMENCİ	BUTEKOM	Kimyager	Mevcut Merkez ve Üniversitelerin İncelenmesi ve Raporlanması
Nejla DEĞİRMENCİ		Kimyager	
Bahar ERTUŞ	BUTEKOM	Müşteri İlişkileri Tekstil Mühendisi	Anket Çalışmaları
Zarife BOZKURT			
Şengül TEKE		Tekstil Yük. Müh.	
Nejla DEĞİRMENCİ	BUTEKOM	Kimyager	Firma ve Örnek merkez-üniversite ziyaretleri ve raporlamaları
Zarife BOZKURT		Tekstil Mühendisi	
Zarife BOZKURT	BUTEKOM	Tekstil Mühendisi	Ev Tekstili, Bebe Giyimi ve Hazır Giyim İhracat değerlerinin incelenmesi
Nejla DEĞİRMENCİ	BUTEKOM	Kimyager	Bina İnşaat Detay Raporu Makine ve Tefrişat Piyasa Araştırmaları
Bahar ERTUŞ	BUTEKOM	Müşteri İlişkileri Yöneticisi	Proje Satın Alma Yönetimi
Halise BALAY	UİB	Muhasebe	Finans Yönetimi

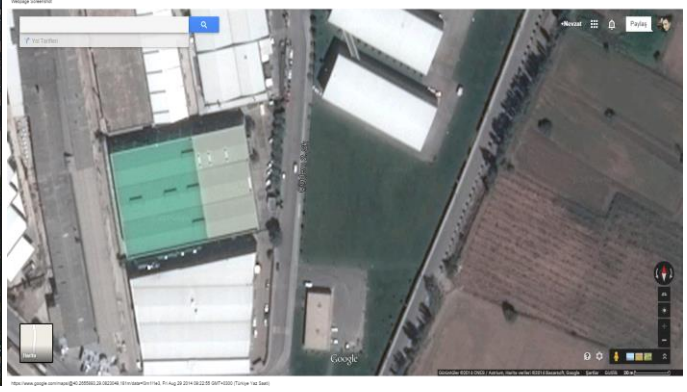
Tablo 14: Tam Kapasitede Çalışacak Toplam Personel Sayısı ve Nitelikleri

Hizmetler	Hizmet Alt Grupları	Nitelik	Yıllar İtibariyle Çalışacak Personel Sayısı				
			1.Yıl	2. Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
Seminer Hizmetleri	Seminer			1	1	1	1
Destek Eğitimleri (Eğitim-Modül)							
Trend Araştırmaları, İzleme ve Raporlama Hizmetleri	Moda Trendi Araştırması		1	2	3	3	3
	Renk Trendi Araştırması						
	Fuar ve Moda Takip Raporu						
Pazar Araştırması Hizmetleri	Üretici Tedarikçi Araştırması						
	Pazar Araştırması						
	Tasarım Destekleri				1	1	1
Trend Alanı Tasarımı					2	2	2
Dönemlik Eğitimler- Akademik Program							1
Proje	Endüstri ve Tasarım Projeleri		1	1	1	1	1
	Koleksiyonlar				1	1	1
Faaliyetlerin Geneline Yardımcı Stajyer			1	2	3	4	5
Toplam Personel sayısı			3	6	12	13	15
	Tekstil teknolojisi mezunu mühendis. Net maaş 2200 TL						
	Tasarım bilgisine ve raporlama metodolojisine haiz lisan bilen mühendis. Net maaş 3000 TL						
	Lisan bilen organizasyonel işleri yapacak lisans mezunu. Net maaş 2300 TL net						
	5. yılda bir eğitmen. Net maaş 4000 TL						
	En az 5 yıl tecrübeli tekstil teknolojisi mezunu mühendis veya öğretmen.Net maaş 3750 TL. Ayrıca 3. yıldan itibaren Dönem Eğitimleri ile idari kadroda " akademik sorumlu" olacaktır. En az 10 yıl tecrübeli akademisyen net maaş 4000 TL.						
	Stajyerler (ilk sene 1, ikinci sene 2, üçüncü sene 3, dördüncü sene 4, beşinci sene 5 kişi)						

3.6. Yatırım Maliyeti

3.6.1. Arsa - Arazi Giderleri

Fizibilite konusu Moda Tasarım Merkezi, TTMM binasındaki ikinci katta yer alacaktır. Halen yatırım aşamasında olan TTMM ise DOSAB'da İmar Planı Demirtaş 509 ada 6 nolu parselde tapuya kayıtlı olan ve 30 yıllığına Bursa Sanayi Ticaret Odasına (BTSO) kiralanan toplam 38.000 m²'lik alan içerisinde yaklaşık 3.088 m²'lik bir bölümdedir. Moda ve Tasarım Merkezi ayrı bir bina olarak inşa edilmediğinden bir arsa gideri söz konusu olmayacaktır. Yatırımın inşa edileceği DOSAB'da her türlü altyapı hizmeti sağlanmış durumdadır. Elektrik, su, doğalgaz, iletişim teminine ilişkin bir sorun yoktur. Bölgede işgücü teminine ilişkin herhangi bir sorun olması da beklenmemektedir. Aşağıda yatırımın yapılacağı DOSAB'daki BTSO'ya ait bina ve arazinin fotoğrafı verilmiştir.



3.6.2. Etüt, Proje, Mühendislik ve Kontrol Giderleri :

Fizibilite etüdü, mimari proje, makine teçhizat, cihaz araştırmaları, inşaat ve tesisatlarına yönelik kontrol ve müşavirlik giderleri, personel eğitimleri, sertifikasyon danışmanlıkları ve eğitimlerini kapsamaktadır. Yapılacak harcamalar aşağıda özetlenmiştir:

Etüt, Proje, Mühendislik ve Kontrol Giderleri	Öngörülen Tutarlar (TL)
Mimari proje	25.000
Fizibilite Etüdü ve Diğer Araştırmalar	57.000
İnşaat Tesisat- Sair Projeler	42.000
Bilgisayar-Donanım Yerleşim Planı	4.000
Kontrol- Denetim	5.000
Yatırım Dönemi Personel Eğitimi	10.000
TOPLAM	143.000

3.6.3. Lisans ve Eğitim Giderleri:

Yatırım için gerekli olan lisans türleri ve eğitim giderleri aşağıdaki tabloda verilmiştir. Toplam lisans tutarı 141.920 TL, eğitim tutarı 14.576 TL olup yatırım döneminde tek seferde ödenecektir.

BÖLÜM ADI	ÜRETİCİ FİRMA	LİSANS-EĞİTİM	ADET	BİRİM CİHAZ MALİYETİ	TOPLAM TUTAR TL (KDV HARİÇ)
MODA ATÖLYESİ	NEDGRAFİCS (MODA TASARIMI YAZILIMI)	Weaving Studio eğitim Kurumu Lisansı	(20 +1 adet)1	20.000 €	56.060
		40 Saatlik Eğitim	1	2.600 €	7.288
		Fashion Studio Eğitim Kurumu Lisansı	(20 +1 adet)1	20.000 €	56.060
		40 Saatlik Fashion Studio Eğitim	1	2.600 €	7.288
TEKSTİL ATÖLYESİ		MS lisans	11	345 \$	9.366
BASKI & GRAFİK LABORATUVARI		MS Lisans	11	345 \$	9.366
KÜTÜPHANE		MS Lisans	1	345 \$	851
BİLGİSAYAR SINIFLARI		MS Lisans	5	345 \$	4.257
PERSONEL OFİSLERİ		MS Lisans	7	345 \$	5.960
TOPLAM					156.495

3.6.4. İnşaat Giderleri:

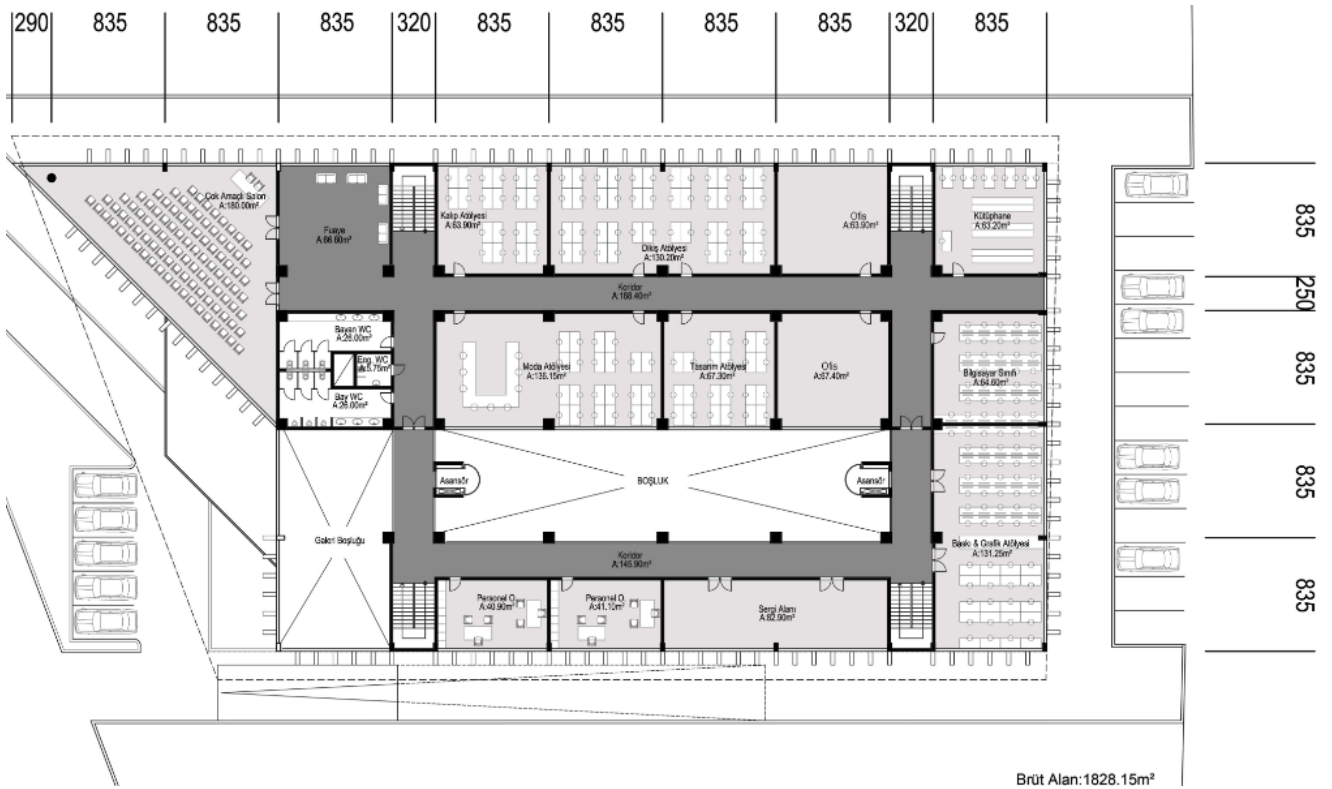
Aşağıda yatırımı süren TTMM'nin görselleri verilmiştir.



TTMM Bursa Sanayi ve Ticaret Odasının arsası üzerinde, Oda binasının hemen arkasında yer alacaktır. Toplam kapalı alanı 7546 m² olacak TTMM, bodrum, zemin kat ve zemin üstü üç kat olmak üzere toplam 5 katlı bir bina olarak planlanmıştır.

Fizibilite konusu Moda ve Tasarım Merkezi bu binanın ikinci katında yer alacaktır.

İkinci Kat: Brüt kapalı alanı 1.828 m² olan Moda ve Tasarım Merkezinin yer alacağı ikinci kat aşağıdaki şekilde düzenlenecektir.



İnşaatın (2.kat) net büyüklükleri bölümler bazında aşağıda verilmiştir.

Tablo 15: Kapalı Net Alan

Bölüm Adı	Alan m2	Bölüm Adı	Alan m2
Tasarım Atölyesi	67,30	Sergi Alanı	82,90
Moda Atölyesi	136,15	Ofisler (2 salon)	82,00
Kalıp Atölyesi	63,90	Kütüphane	63,20
Dikiş Atölyesi	130,20	Bilgisayar sınıfları	64,60
Boş ofis	131,30	Fuaye	86,80
Baskı & Grafik Atölyesi	131,25	Diğer (lavabo, koridor, asansör vs)	608,55
TOPLAM			1.648,15

Katın brüt alanı yaklaşık 1.828 m² dir. Kapalı alan IV sınıf B grubu yapı içinde değerlendirilmiş ve 2015 yılı Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Yapı metrekaresi birim maliyetleri henüz yayınlanmadığı için, 2014 maliyetlerine %10 eskalasyon uygulanarak **brüt alan** üzerinden aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

$$1,828 \text{ m}^2 \times 935 \text{ TL/m}^2 = 1.709.180 \text{ TL (brüt inşaat alanı kullanılmıştır)}$$

3.6.5. Makine Cihaz Giderleri

Aşağıda birimler bazında gerekli olan tüm makine teçhizat, cihazların dökümü verilmiştir. Makine, ekipman ve cihazların toplam tutarı **847.023 TL dir.** (25.02.2015 MBDS kuru ile 1 \$= 2,4679 €= 2,803 TL olarak alınmıştır)

BÖLÜM ADI	ÜRETİCİ FİRMA	MAKİNE EKİPMAN-CİHAZLAR	ADET	BİRİM CİHAZ MALİYETİ	TOPLAM TUTAR TL (KDV HARİÇ)
TASARIM ATÖLYESİ		Renkli A3 Çok Fonksiyonlu Yazıcı	1	1.800 €	5.045
		Tasarım Mankeni	10	350 TL	3.500
		Akıllı Tahta	1	17.000 \$	41.954
MODA ATÖLYESİ	NEDGRAFİCS YAZILIM	WACOM Tablet	21	520 €	30.609
		Gelişmiş Yazılım Bakımı+ Yazılım Bakım Anlaşması	21	320 €	18.836
		Eğitim Bilgisayarları	21	1.050 \$	54.417
		Full HD Monitör	21	170 \$	8.810
		Televizyon	1	2.698 TL	2.698
		Filipçaklı Yazı Tahtası	2	110 TL	220
		ASSYST	Assyst Kalıp Hazırlama, Pastal Planı Oluşturma yazılımı	11	650 €
KALIP ATÖLYESİ	ARTI ARTI	Digitizer masası (kalıp girişi için)	1	2.500 €	7.008
		Algotex IDEA 180 Plotter. (Çift kartuşlu)	1	6.500 €	18.220
		Eğitim Bilgisayarları (CAD-CAM için)	11	3.200 \$	86.870
		HD Monitör	11	290 \$	7.873
		Tasarım Mankeni	3	350 TL	1.050
		Akıllı Tahta	1	17.000 \$	41.954
		Elektronik Düz Dikiş Makinesi	10	1.468 \$	36.179
TEKSTİL ATÖLYESİ	ASTAŞ JUKI	5 İplik Overlok Makinesi	5	1.587 \$	19.583
		4 İplik Overlok Makinesi	2	1.321 \$	6.520
		Klit Dikiş Düz İlik Makinesi	1	5.878 \$	14.506
		Çift Düğüm Sistemli Zincir İkiş Düğme Makinesi	1	2.684 \$	6.624
		Elektronik Çift İğne Dikiş Makinesi	1	6.162 \$	15.207
		Düz Yataklı, Üç İğneli, Karyokalı Etek Reçme Makinesi	1	2.030 \$	5.010
		Düz Yataklı, 3 İğneli, Karyokalı Biye Reçme Makinesi	1	2.030 \$	5.010
		Tasarım Mankeni	10	350 TL	3.500
		Renkli A3 Çok Fonksiyonlu Yazıcı	1	1.800 €	5.045
		Bilgin Kırtasiye	Filipçaklı Yazı Tahtası	2	110 TL
BASKI & GRAFİK LABORATUVARI	ARTI NET	Photoshop Creative Cloud	20	290 \$	14.314
		Eğitim Bilgisayarları (CAD_CAM için)	20	3.200 \$	157.946
		HD Monitör	20	290 \$	14.314
		Renkli A3 Çok Fonksiyonlu Yazıcı	1	1.800 €	5.045
		Akıllı Tahta	1	17.000 \$	41.954
KÜTÜPHANE		Kitap-Dergi-Diğer online Kaynaklar	1	50.000 TL	50.000
		Filipçaklı Yazı Tahtası	1	110 TL	110
		Bilgisayar	1	950 \$	2.345
BİLGİSAYAR SINIFLARI		Dizüstü Bilgisayar	5	1.000 \$	12.340
		Projeksiyon Cihazı (Aparatları Dahil)	1	1.025 \$	2.530
		Renkli A3 Çok Fonksiyonlu Yazıcı	1	1.800 €	5.045
		Akıllı Tahta	1	17.000 \$	41.954
SERGİ ALANI		Tasarım Mankenleri	15	350 TL	5.250
PERSONEL OFİSİ		Bilgisayar	7	1.000 \$	17.275
		Renkli A3 Çok Fonksiyonlu Yazıcı	2	1.800 €	10.091
TOPLAM					847.023

Hesaplamlarda 25.02.2015 tarihli T.C. Merkez Bankası döviz satış kurları; 1€=2,803.-TL, 1 USD=2,4679.-TL, olarak esas alınmıştır.

3.6.6. Yardımcı Makine Ekipman:

Merkezin ısıtma soğutma sistemi için 75.000 TL, telefon santrali için 10.000 TL, bilgisayar altyapısı için 456.200 TL olmak üzere toplam 541.200 TL harcama yapılacaktır.

3.6.7. Web Sayfası tasarımı ve Kurulumu:

Bu harcama için 35.000 TL öngörülmüştür.

3.6.8. Taşıma ve Sigorta Giderleri

Cihaz ve ekipmanlar yerli imalâtçı/ithalatçı firmalardan temin edilecektir. Makine teçhizatın fiyatlarına nakliye giderleri büyük ölçüde dahildir. Ancak nakliye sırasındaki sigortalar ve oluşabilecek ekstra işgücü için makine teçhizat giderinin %1'i oranında bir gider öngörülmüştür.

Cihazlar için doğrudan ithalat yapılmayacaktır. Dolayısı ile ithalat gümrükleme masrafı sözkonusu değildir.

3.6.9. Montaj Giderleri

Cihazların büyük bir kısmı bilgisayar ve tasarım masalarından oluşmaktadır. Montajlar satıcı firmalar tarafından yapılacak olup ayrıca gider oluşturmayacaktır.

3.6.10. Demirbaş-Tefriş ve Möble Giderleri:

Yatırım döneminde alınacak ofis ve atölyelerdeki mobilyaların dökümü aşağıda verilmiştir.

BÖLÜM ADI	ÜRETİCİ FİRMA	MÖBLE	ADET	BİRİM CİHAZ MALİYETİ	TOPLAM TUTAR TL (KDV HARİÇ)
TASARIM ATÖLYESİ	MT makine	Tasarım Salonuna Mobilyası	24	800 TL	19.200
MODA ATÖLYESİ		Bilgisayar Masası	21	250 TL	5.250
		Koltuk	21	380 TL	7.980
KALIP ATÖLYESİ		Masa	11	250 TL	2.750
		Koltuk	11	380 TL	4.180
		Sınıf Tahtası	1	285 TL	285
BASKI GRAFİK LABORATUVARI		Masa	20	250 TL	5.000
		Koltuk	20	380 TL	7.600
KÜTÜPHANE	OFİS DİZAYN	Kütüphane Dolapları Açık Rafı	40	330 TL	13.200
		Masa	5	350 TL	1.750
		Sandalye	20	120 TL	2.400
BİLGİSAYAR SINIFALARI		Masa	5	250 TL	1.250
		Koltuk	5	380 TL	1.900
SERGİ ALANI		Dekorasyon			200.000
		Masa 160 cm	6	250 TL	1.500
PERSONEL OFİSİ	OFİS DİZAYN	Koltuk	7	380 TL	2.660
		Dolap	6	550 TL	3.300
		Stajyer Masası 100 cm	1	120 TL	120
		Keson Etejer	7	180 TL	1.260
		3M Logolu Banko	1	4.200 TL	4.200
FUAYE	OFİS DİZAYN	2 li Koltuk	2	690 TL	1.380
		Tekli Koltuk	4	500 TL	2.000
		Sehpa	2	450 TL	900
		Vestiyer	1	2.200 TL	2.200
TOPLAM					292.265

3.6.11. İşletmeye Alma Giderleri

Montajı yapılan makine ve teçhizatın işleyişini kontrol aşamasında ortaya çıkabilecek giderleri, doğrulama testlerinin öncesinde ve yapılması sırasındaki giderleri kapsayan işletmeye alma giderleri; ayarlama, deneme çalıştırması gibi masrafları da kapsamaktadır.

Proje kapsamında alınacak cihazların işletmeye alma faaliyetleri ve eğitim faaliyetlerinin bir bölümü satıcı firmalar tarafından karşılanacaktır. Yukarda açıklanan diğer faaliyetler merkez personelince yerine getirilecek hizmetler olduğu için yatırım dönemindeki işletme giderleri içindeki personel harcamalarında dikkate alındığından işletmeye alma gideri ayrıca öngörülmemiştir.

3.6.12. Genel Giderler

Genel giderler, proje maliyetini oluşturan esas unsurların gerçekleşmesi ile ilgili faaliyetlerden doğmaktadır. İdari kuruluş ve servislerin gideri, yayın ve ilan masrafları, taksi giderleri, araç kiralama, danışmanlık ücretleri, çalışanların tükettiği kırtasiye giderleri, iletişim giderleri, sigorta, vergi, resim ve harçlar genel giderler kalemini oluşturmaktadır.

Genel giderler kalemi buraya kadar hesaplanan sabit yatırım tutarının yaklaşık %5'i öngörülmüştür.

3.6.13. Beklenebilecek Farklar

Hazırlanan bu projede sabit yatırım tutarı hesabı, projeye ilişkin harcamaların önceden yapılan tahmin hesaplarına dayanmaktadır. Yani çoğunlukla fiili harcamalar olmayıp tasarlanan harcamalardır. Bu nedenle, proje maliyetlerinin hesaplanmasında yapılan muhtelif hataları gidermek ve önceden bilinmesine imkân olmayan bir takım giderleri karşılamak amacı ile bu harcama kalemi oluşturulmuştur.

Beklenebilecek farklar olarak, bu kaleme kadar olan harcamaların yaklaşık %5'i oranında fiziki ve finansal beklenmeyen gider olabileceği öngörülmüştür.

Tablo 16: Toplam Yatırım Tutarı ve Yıllara Dağılımı Tablosu (TL)

YATIRIM UNSURLARI	KÜMÜLATİF			1.YIL		2.YIL	
	TOPLAM	İÇ	DIŞ	İÇ	DIŞ	İÇ	DIŞ
A. Arsa Yatırımı	0	0	0	0	0	0	0
B.Sabit Tesis Yatırımı	4.050.663	4.050.663	0	3.587.183	0	463.480	0
1. Etüt, Proje	143.000	143.000	0	143.000	0	0	0
2. Lisans ve Eğitim	156.495	156.495	0	141.920	0	14.576	0
3. İnşaat Harcamaları	1.709.180	1.709.180	0	1.709.180	0	0	0
4. Makine, Cihaz ve Ekipmanlar	847.023	847.023	0	677.618	0	169.405	0
5. Yardımcı Makine, Cihaz	541.200	541.200	0	541.200	0	0	0
6. Web Sayfası Tasarım-Kurulum	35.000	35.000	0	0	0	35.000	0
7. Taşıma ve Sigorta Giderleri	13.500	13.500	0	12.000	0	1.500	0
8. İthalat ve Gümrükleme Giderleri	0	0	0	0	0	0	0
9.Montaj Giderleri	0	0	0	0	0	0	0
10. Demirbaş, Tefriş, Möble	292.265	292.265	0	92.265	0	200.000	0
11. İşletmeye Alma Giderleri	0	0	0	0	0	0	0
12. Genel Giderler (%5)	151.000	151.000	0	130.000	0	21.000	0
13. Beklenebilecek Farklar (%5)	162.000	162.000	0	140.000	0	22.000	0
SABİT YATIRIM TUTARI (A+B)	4.050.663	4.050.663	0	3.587.183	0	463.480	0
C. İşletme Sermayesi Yatırımı							
TOPLAM YATIRIM TUTARI (A+B+C)	4.050.663	4.050.663	0	3.587.183	0	463.480	0
D. İKDV							

3.7. İşletme Dönemi Giderleri

3.7.1. Hammadde ve Yardımcı Madde Giderleri.

Proje kapsamında uygulamalı eğitimler yapılacaktır. Bu eğitimlerde tasarlanan ürünler dikiş atölyesinde imal edilecektir. Bu atölyelerde aynı zamanda beceri geliştirmek, tasarlanan ürünün üretilebilirliğini test etmek amaçlı imalâtlar da söz konusu olabilecektir. Bu imalâtlarda gerekli olan test amaçlı kumaş, iplik, düğme, aksesuar türündeki hammadde ve yardımcı maddeler proje sahibi kuruluşun üretici firmalarından hibe olarak temin edilecektir. İlk iki yıldan sonra tasarım projelerinde ise tasarımı yaptıran kuruluşun imalât için gerekli hammadde ve aksesuarları karşılaması söz konusu olacaktır. Bu nedenle giderler içinde hammadde ve yardımcı madde gideri öngörülmemiştir.

3.7.2. İşletme Malzemesi Giderleri

Merkezde üretilecek hizmetler için işletme malzemesi niteliğinde olan ana gider unsurları kırtasiye malzemeleridir. Temizlik vb hizmetler dışarıdan hizmet alımı biçiminde temin edilecektir ve bu hizmetler genel gider kalemi içinde dikkate alınmıştır. Kırtasiye giderleri iki ana konuda söz konusu olacaktır. Birincisi çalışan personelin ve merkezde yapılan tasarımlarda tüketilen malzemeler olup bu gider unsuru için ilk yıl 3500 TL gider öngörülmüştür. İlk sene eğitim ve tasarım söz konusu olmayacaktır. İkinci kırtasiye tüketimi ise eğitimlerde tüketilen kırtasiyedir. Eğitimlerin süresi ve katılımcı sayısı dikkate alınarak 5 günlük haftalık eğitimlerde kişi başı 10 TL, aylık eğitimlerde kişi başı 20 TL, üç aylık eğitimlerde de kişi başı 50 TL lik kırtasiye tüketimi

söz konusu olabileceği öngörülmüştür. Yıllar itibariyle artan öğrenci sayısı, personel sayısı, eğitim süresi ve tasarım dikkate alınarak kırtasiye gideri arttırılmıştır.

3.7.3. Elektrik Giderleri

Çalışanların ofisleri, eğitim salonları, kütüphane ve genel sirkülasyon alanlarının 8 saatlik mesai süresinde aydınlatması, ofis makinalarının tüketimleri personel sayısındaki artış da dikkate alınarak yıllar itibariyle öngörülmüştür. İlk sene eğitim söz konusu olmayacaktır. Sadece üç çalışanın araştırma çalışmaları sırasında kullanacakları ofis ekipmanları, ısıtma aydınlatma şartlandırma sırasındaki tüketimler dikkate alınmıştır. Daha sonraki yıllarda artan eğitim, personel, uygulama atölyelerindeki tüketimler dikkate alınarak elektrik tüketim miktarları tam kapasitede yıllık aşağıdaki şekilde öngörülmüştür.

1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
40.000 kWh	80.000 kWh	120.000 kWh	180.000 kWh	220.000 kWh

Elektrik birim fiyatı vergiler dahil KDV hariç DOSAB OSB de Mart 2015 itibariyle 25 kuruştur.

3.7.4. Su Gideri

Hizmetlerin yerine getirilmesinde tüketilecek su çalışanların ve eğitime katılanların günlük kullanım suyudur. Tüketim miktarları çalışan ve öğrenci sayıları dikkate alınarak öngörülmüştür. Su birim fiyatı vergiler dahil KDV hariç DOSAB OSB de Mart 2015 itibariyle 1,5 TL dir.

3.7.5. Yakıt Giderleri

Merkezde yakıt sadece ısınma amaçlı kullanılacaktır. Yıllar itibariyle çalışan ya da öğrenci sayısına bağlı bir tüketim artışı söz konusu değildir. Isıtılan hacimler dikkate alınarak tüketim miktarı öngörülmüştür. Doğalgaz birim fiyatı vergiler dahil KDV hariç DOSAB OSB de Mart 2015 itibariyle 85 kuruştur.

3.7.6. İşçilik ve Personel Giderleri

Yıllar itibariyle artan personel sayısı, nitelikleri ve personel gideri aşağıda özetlenmiştir.

Ana Hizmetler	Hizmet Alt Grupları	Nitelik	İşverene Aylık Maliyet	Yıllık Personel Gideri (TL)				
				1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
1 Seminer Hizmetleri	Seminer		3.520	0	42.240	42.240	42.240	42.240
2 Destek Eğitimleri (Eğitim-Modül)								
3 Trend Araştırmaları, İzleme ve Raporlama Hizmetleri	Moda Trendi Araştırması		4.650	0	55.800	55.800	55.800	55.800
	Renk Trendi Araştırması		4.650	55.800	55.800	55.800	55.800	55.800
	Fuar ve Moda Takip Raporu		4.650	0	0	55.800	55.800	55.800
4 Pazar Araştırması Hizmetleri	Üretici Tedarikçi Araştırması		4.650	0	0	55.800	55.800	55.800
	Pazar Araştırması		3.520	0	0	42.240	42.240	42.240
	Tasarım Destekleri		3.520	0	0	42.240	42.240	42.240
	Ürün Tasarım Faaliyeti							
5 Trend Alanı Tasarımı			3.565	0	0	42.780	42.780	42.780
6 Dönemlik Eğitimler-Akademik Program			3.565	0	0	42.780	42.780	42.780
			6.200	0	0	0	0	74.400
7 Proje	Endüstri ve Tasarım Projeleri		5.813	69.750	69.750	69.750	69.750	69.750
	Koleksiyonlar		6.200	0	0	74.400	74.400	74.400
Faaliyetlerin Geneline Yardımcı (1,2,3,4,5 kişi)			990	11.880	23.760	35.640	47.520	59.400
PERSONEL GİDERİ TOPLAM				137.430	247.350	517.230	529.110	615.390
PERSONEL SAYISI TOPLAM				3	6	12	13	15

	Tekstil teknolojisi mezunu mühendis. Net maaş 2200 TL
	Tasarım bilgisine ve raporlama metodolojisine haiz lisan bilen mühendis. Net maaş 3000 TL
	Lisan bilen organizasyonel işleri yapacak lisans mezunu. Net maaş 2300 TL net
	5. yılda bir eğitmen. Net maaş 4000 TL
	En az 5 yıl tecrübeli tekstil teknolojisi mezunu mühendis veya öğretmen.Net maaş 3750 TL. Ayrıca 3. yıldan itibaren Dönem Eğitimleri ile idari kadroda " akademik sorumlu" olacaktır. En az 10 yıl tecrübeli akademisyen net maaş 4000 TL.
	Stajyerler (ilk sene 1, ikinci sene 2, üçüncü sene 3, dördüncü sene 4, beşinci sene 5 kişi)

3.7.7. Bakım-Onarım Gideri

Merkezde bakım onarımı gerektiren sistemler binaya, atölyelerdeki makinelere yapılacak bakımlardır. Bu bakımların yanı sıra ikinci yıldan sonra sistem yenileme, tasarım ekipmanlarının ve değişen eğitimlerin gerektirdiği teknolojinin yenilenmesi için de yıllık harcama öngörülmüştür.

3.7.8. Genel Giderler

Genel gider kalemleri aşağıdaki unsurlardan oluşmaktadır:

- Fuar ziyaretleri: Hazırlanacak moda ve renk trendi raporları ile fuar takip raporları için yurt dışına yapılacak seyahatlerin her sene 2 kişinin katılımı ile olacağı öngörülmüştür. En az hazırlanacak rapor sayısı kadar yurt dışı seyahati yapacağı ve fuara katılacağı öngörülmüş olup, her bir seyahatin kişi başı ortalama 1050 €'ya mal olacağı varsayılmıştır (kişi başı 250 € uçak, 120 €/gün otel, 50 €/gün yeme içme).

- Kurumsal İletişim Hizmeti: Merkezin web sayfasının yönetilmesi ve piyasada tanınırlığının sağlanmasına yönelik her türlü hizmet için yapılacak harcamadır. Alınan teklif üzerinden öngörü yapılmıştır.
- Personel Eğitimleri: Personel sayısına ve niteliklerine bağlı olarak yapılacak işin gerektirdiği şekilde öngörü yapılmıştır.
- Temizlik-Muhasebe ve Güvenlik hizmeti: İlk sene için yıllık olarak temizlik hizmetine 12 bin TL, güvenlik hizmetine 25 bin TL, muhasebe hizmetine de 12 bin TL harcama yapılacağı öngörülmüştür. Öngörü yapılırken piyasa rayıçları dikkate alınmış ve yıllar itibariyle artan hizmet kapasitesine göre arttırılmıştır.
- Servis- Araç kiralama ve taksi giderleri: Gelen misafir öğretim üyeleri, akademisyenlerin ulaşımı, çalışanların ve/veya öğrencilerin ziyaret, tanıtım, toplantı vs gidiş-gelişlerini sağlamak amacı ile yapılacak harcamalardır. BUTEKOM'un mevcut faaliyetleri ve harcamaları örnek alınarak öngörülmüştür.
- Eğitim İkram ve Eğitim Yemek Harcaması: Eğitimlere katılan kişiler için kişi başı günlük 4 TL ikram, 7 TL yemek harcaması öngörülmüştür.
- İnternet-telefon İletişim: Merkeze alınacak internet, telefon, faks vb hizmetler için kapasite ölçüsünde alınacak bu hizmet için piyasa rayıçlarından öngörü yapılmıştır.
- Yemek: Personele sağlanacak günlük yemek hizmeti için kişi başı 7 TL harcama yapılacağı öngörülmüştür.
- Kütüphane yayın/kaynak/Matbuat: İnternet üzerinden alınacak muhtemel kaynaklar tespit edilerek alınacak hizmet piyasa rayıçlarından öngörülmüştür.
- Diğer: Ödenecek vergiler, kiralamalar, yönetim kurulunun seyahatleri vb giderler olarak öngörülmüş harcamalardır.

3.7.9. Beklenebilecek Farklar Giderleri

Genel giderler kalemi de dahil buraya kadar olan harcamalar toplamının %3'ü alınmak suretiyle hesaplanmıştır

3.7.10. Pazarlama Giderleri

Yıllık katılabilecek fuarlarda yapılacak stant, sponsorluk gibi harcamalar ile broşür, takvim, tanıtım malzemeleri göz önüne alınarak öngörülmüştür.

Tablo 17: Tam Kapasitede Yıllık İşletme Giderleri (TL)

TAM KAPASİTEDE YILLIK İŞLETME GİDERLERİ- 1.YIL

GİDER UNSURLARI	MİKTAR	BİRİM FİYAT	TOPLAM Tutar	SABİT %	DEĞİŞKEN %	SABİT Tutar TL	DEĞ.TUTAR TL	GİDER PAYI %	
Hammaddeler (*)				0	100	0	0		
Yardımcı Maddeler (*)				0	100	0	0		
İşletme malzemeleri (Kırtasiye vb)			3.500	0	100	0	3.500	0,7	
Elektrik	40.000	kWh	0,25 TL	10.000	0	100	0	10.000	2,0
Su	4.000	m3	1,5 TL	6.000	0	100	0	6.000	1,2
Yakıt	40.000	Sm3	0,85 TL	34.000	10	90	3.400	30.600	6,8
Personel	3	Kişi		137.430	25	75	34.358	103.073	27,3
Bakım Onarım Hizmetleri- Donanım program			12.000	50	50	6.000	6.000	2,4	
Genel Giderler			246.935	25	75	61.734	185.201	49,1	
- Fuar Ziyaretleri			28.591						
- Kurumsal İletişim Hizmeti			36.000						
- Personel Eğitimleri			12.000						
- Temizlik-Güvenlik Hizmeti-Muhasebe Hizmeti			49.000						
- Servis-Araç Kiralama Hizmeti-Taksi			4.800						
- Eğitim İkram			0						
- Eğitim Yemek			0						
- İnternet-Telefon-İletişim			51.000						
- Yemek			5.544						
- Kütüphane kaynak/yayın/matbuat			50.000						
- Diğer			10.000						
Beklenmeyen Giderler (%3)			13.496	25	75	3.374	10.122	2,7	
TOPLAM HİZMET ÜRETİM GİDERLERİ			463.361	23	77	108.865	354.495	92,1	
Pazarlama Tanıtım Giderleri			40.000	0	100	0	40.000	7,9	
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ			503.361	22	78	108.865	394.495	100,0	

(*) Ortaklardan hibe şeklinde ve proje sahiplerinden temin edilecektir.

TAM KAPASİTEDE YILLIK İŞLETME GİDERLERİ- 2 YIL

GİDER UNSURLARI	MİKTAR	BİRİM FİYAT	TOPLAM Tutar	SABİT %	DEĞİŞKEN %	SABİT Tutar TL	DEĞ.TUTAR TL	GİDER PAYI %	
Hammaddeler (*)				0	100	0	0		
Yardımcı Maddeler (*)				0	100	0	0		
İşletme malzemeleri (Kırtasiye vb)			8.350	0	100	0	8.350	1,1	
Elektrik	80.000	kWh	0,25 TL	20.000	0	100	0	20.000	2,5
Su	5.000	m3	1,5 TL	7.500	0	100	0	7.500	0,9
Yakıt	40.000	Sm3	0,85 TL	34.000	10	90	3.400	30.600	4,3
Personel	6	Kişi		247.350	25	75	61.838	185.513	31,3
Bakım Onarım Hizmetleri			15.000	50	50	7.500	7.500	1,9	
Genel Giderler			387.287	25	75	96.822	290.465	49,0	
- Fuar Ziyaretleri			34.309						
- Kurumsal İletişim Hizmeti			40.000						
- Personel Eğitimleri			15.000						
- Temizlik-Güvenlik Hizmeti-Muhasebe Hizmeti			57.000						
- Servis-Araç Kiralama Hizmeti-Taksi			68.340						
- Eğitim İkram			8.200						
- Eğitim Yemek			14.350						
- İnternet-Telefon-İletişim			56.000						
- Yemek			11.088						
- Kütüphane kaynak/yayın/matbuat			68.000						
- Diğer			15.000						
Beklenmeyen Giderler (%3)			21.585	25	75	5.396	16.188	2,7	
TOPLAM HİZMET ÜRETİM GİDERLERİ			741.071	24	76	174.955	566.116	93,7	
Pazarlama Tanıtım Giderleri			50.000	0	100	0	50.000	6,3	
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ			791.071	22	78	174.955	616.116	100,0	

(*) Ortaklardan hibe şeklinde ve proje sahiplerinden temin edilecektir.

TAM KAPASİTEDE YILLIK İŞLETME GİDERLERİ- 3.YIL

GİDER UNSURLARI	MİKTAR	BİRİM FİYAT	TOPLAM Tutar	SABİT %	DEĞİŞKEN %	SABİT Tutar TL	DEĞ.TUTAR TL	GİDER PAYI %
Hammaddeler (*)				0	100	0	0	
Yardımcı Maddeler (*)				0	100	0	0	
İşletme malzemeleri (Kırtasiye vb)			16.700	0	100	0	16.700	1,2
Elektrik	120.000 kWh	0,25 TL	30.000	0	100	0	30.000	2,1
Su	8.000 m3	1,5 TL	12.000	0	100	0	12.000	0,8
Yakıt	40.000 Sm3	0,85 TL	34.000	10	90	3.400	30.600	2,4
Personel	12 Kişi		517.230	25	75	129.308	387.923	36,2
Bakım Onarım Hizmetleri			55.000	50	50	27.500	27.500	3,9
Genel Giderler			467.157	25	75	116.789	350.368	32,7
- Fuar Ziyaretleri			45.745					
- Kurumsal İletişim Hizmeti			40.000					
- Personel Eğitimleri			18.000					
- Temizlik-Güvenlik Hizmeti-Muhasebe Hizmeti			65.000					
- Servis-Araç Kiralama Hizmeti-Taksi			80.136					
- Eğitim İkram			16.400					
- Eğitim Yemek			28.700					
- İnternet-Telefon-İletişim			61.000					
- Yemek			22.176					
- Kütüphane kaynak/yayın/matbuat			70.000					
- Diğer			20.000					
Akademik Program Hizmet Bedeli			200.000	0	100	0	200.000	14,0
Beklenmeyen Giderler (%3)			39.963	25	75	9.991	29.972	2,8
TOPLAM HİZMET ÜRETİM GİDERLERİ			1.372.050	21	79	286.987	1.085.062	96,1
Pazarlama Tanıtım Giderleri			55.000	0	100	0	55.000	3,9
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ			1.427.050	20	80	286.987	1.140.062	100,0

(*) Ortaklardan hibe şeklinde ve proje sahiplerinden temin edilecektir.

TAM KAPASİTEDE YILLIK İŞLETME GİDERLERİ- 4.YIL

GİDER UNSURLARI	MİKTAR	BİRİM FİYAT	TOPLAM Tutar	SABİT %	DEĞİŞKEN %	SABİT Tutar TL	DEĞ.TUTAR TL	GİDER PAYI %
Hammaddeler (*)				0	100	0	0	
Yardımcı Maddeler (*)				0	100	0	0	
İşletme malzemeleri (Kırtasiye vb)			23.700	0	100	0	23.700	1,2
Elektrik	180.000 kWh	0,25 TL	45.000	0	100	0	45.000	2,2
Su	12.000 m3	1,5 TL	18.000	0	100	0	18.000	0,9
Yakıt	40.000 Sm3	0,85 TL	34.000	10	90	3.400	30.600	1,7
Personel	13 Kişi		529.110	25	75	132.278	396.833	26,2
Bakım Onarım+ Sistem Yenileme+teknoloji+program ve donanımlar			125.000	50	50	62.500	62.500	6,2
Genel Giderler			525.609	25	75	131.402	394.207	26,1
- Fuar Ziyaretleri			57.181					
- Kurumsal İletişim Hizmeti			40.000					
- Personel Eğitimleri			22.000					
- Temizlik-Güvenlik Hizmeti-Muhasebe Hizmeti			73.000					
- Servis-Araç Kiralama Hizmeti-Taksi			95.304					
- Eğitim İkram			16.400					
- Eğitim Yemek			28.700					
- İnternet-Telefon			69.000					
- Yemek			24.024					
- Kütüphane kaynak/yayın/matbuat			80.000					
- Diğer			20.000					
Akademik Program Hizmet Bedeli			600.000	0	100	0	600.000	29,7
Beklenmeyen Giderler (%3)			57.013	25	75	14.253	42.759	2,8
TOPLAM HİZMET ÜRETİM GİDERLERİ			1.957.432	18	82	343.833	1.613.599	97,0
Pazarlama Tanıtım Giderleri			60.000	0	100	0	60.000	3,0
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ			2.017.432	17	83	343.833	1.673.599	100,0

(*) Ortaklardan hibe şeklinde ve proje sahiplerinden temin edilecektir.

TAM KAPASİTEDE YILLIK İŞLETME GİDERLERİ- 5.YIL

GİDER UNSURLARI	MİKTAR	BİRİM FİYAT	TOPLAM Tutar	SABİT %	DEĞİŞKEN %	SABİT Tutar TL	DEĞ.Tutar TL	GİDER PAYI %	
Hammaddeler (*)				0	100	0	0		
Yardımcı Maddeler (*)				0	100	0	0		
İşletme malzemeleri (Kırtasiye vb)			30.600	0	100	0	30.600	0,9	
Elektrik	220.000	kWh	0,25 TL	55.000	50	50	27.500	27.500	1,7
Su	13.333	m3	1,5 TL	20.000	50	50	10.000	10.000	0,6
Yakıt	40.000	Sm3	0,85 TL	34.000	100	0	34.000	0	1,0
Personel	15	Kişi		615.390	75	25	461.543	153.848	18,8
Bakım Onarım+ Sistem Yenileme+teknoloji+program ve donanımlar			210.000	50	50	105.000	105.000	6,4	
Genel Giderler			643.809	25	75	160.952	482.857	19,7	
- Fuar Ziyaretleri			80.054						
- Kurumsal İletişim Hizmeti			40.000						
- Personel Eğitimleri			25.000						
- Temizlik-Güvenlik Hizmeti-Muhasebe Hizmeti			87.000						
- Servis-Araç Kiralama Hizmeti-Taksi			112.786						
- Eğitim İkram			27.000						
- Eğitim Yemek			47.250						
- İnternet-Telefon			87.000						
- Yemek			27.720						
- Kütüphane kaynak/yayın/matbuat			90.000						
- Diğer			20.000						
Akademik Program Hizmet Bedeli			1.500.000	0	100	0	1.500.000	45,9	
Beklenmeyen Giderler (%3)			93.264	25	75	23.316	69.948	2,9	
TOPLAM HİZMET ÜRETİM GİDERLERİ			3.202.063	26	74	822.311	2.379.752	98	
Pazarlama Tanıtım Giderleri			65.000	0	100	0	65.000	2,0	
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ			3.267.063	25	75	822.311	2.444.752	100,0	

(*) Ortaklardan hibe şeklinde ve proje sahiplerinden temin edilecektir.

Tablo 18: Tam Kapasitede Yıllık İşletme Gelirleri (TL)

TAM KAPASİTEDE YILLIK İŞLETME GELİRLERİ TL																	
Bölüm	Hizmetin Adı	Hizmet Sayısı Adet/Yıl					Hedeflenen Kişi Sayısı (Kişi/Seminer)					Satış Fiyatı TL	Gelirler TL				
		Yıllar					Yıllar						Yıllar				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
1	Seminer Hizmetleri	10	12	12	12	12	50	50	50	50	50	50	25.000	30.000	30.000	30.000	30.000
2	Trend Araştırmaları, İzleme ve Raporlama Hizmetleri	1	1	1	1	1	10	10	10	10	10	1.500	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
	Renk Trendi Araştırması	1	2	2	3	5	10	10	10	10	10	1.500	15.000	30.000	30.000	45.000	75.000
	Fuar ve Moda Takip Raporu	3	3	5	6	8	20	25	30	30	35	800	48.000	60.000	120.000	144.000	224.000
3	Pazar Araştırması Hizmetleri	1	2	4	4	6	5	7	10	10	10	1.500	7.500	21.000	60.000	60.000	90.000
	Üretici Tedarikçi Araştırması	1	1	1	2	2	8	10	10	10	10	1.500	12.000	15.000	15.000	30.000	30.000
	Pazar Araştırması	2	4	5	7	9	1	1	1	1	1	1.500	3.000	6.000	7.500	10.500	13.500
4	Trend Alanı Tasarımı	0	1	2	2	2						15.000	0	15000	30000	30000	30.000
	Ürün Tasarım Faaliyeti	10	15	20	30	40	1	1	1	1	1	200	2.000	3.000	4.000	6.000	8.000
	Tasarım Destekleri	0	1	2	2	1						25.000	0	15000	30000	30000	25.000
5	Destek Eğitimleri -20 saat - Bir haftalık	0	2	4	4	6	0	25	25	25	25	700	0	35.000	70.000	70.000	105.000
	Destek Eğitimleri -80 saat - Bir aylık	0	3	6	6	8	0	15	15	15	15	2.800	0	126.000	252.000	252.000	336.000
	Destek Eğitimleri -240 saat -Üç aylık	0	1	2	2	4	0	15	15	15	15	8.400	0	126.000	252.000	252.000	504.000
6	Dönemlik Eğitim- Akademik Program	0	0	1	2	3	0	0	10	30	50	25.000	0	0	250.000	1.500.000	3.750.000
7	Proje	0	0	2	2	3	0	0	0	0	0	1.500	0	0	3.000	3.000	4.500
	Endüstri ve Tasarım Projeleri	0	0	2	2	3	0	0	0	0	0	1.500	0	0	3.000	3.000	4.500
	Koleksiyonlar	0	0	2	2	3	0	0	0	0	0	30.000	0	0	60.000	60.000	90.000
TOPLAM											127.500	482.000	1.198.500	2.507.500	5.330.000		

Tablo 19: Tam Kapasitede Yıllar İtibariyle İşletme Gider ve Gelir İcmali

YILLAR	TAM KAPASİTEDE YILLIK İŞLETME GİDERLERİ VE GELİRLERİ TL				KÂR - ZARAR DURUMU
	SABİT GİDERLER	DEĞİŞKEN GİDERLER	TOPLAM GİDERLER	TOPLAM GELİRLER	
	1.YIL	108.865	394.495	503.361	
2.YIL	174.955	616.116	791.071	482.000	-309.071
3.YIL	286.987	1.140.062	1.427.050	1.198.500	-228.550
4.YIL	343.833	1.673.599	2.017.432	2.507.500	490.068
5.YIL	822.311	2.444.752	3.267.063	5.330.000	2.062.937

Tablo 20: Tam Kapasitede Yıllar İtibariyle İşletme Sermayesi İhtiyacı (TL)

1.YIL							
UNSURLAR	SÜRE GÜN	SABİT GİDERLER	DEĞİŞKEN GİDERLER		İŞLETME SERM. SABİT	İŞLETME SERM. DEĞİŞKEN	İŞLETME SERM. TOPLAM
İŞLETME MAL.	45	0	3.500		0	438	438
NAKİT İHTİYACI	75	108.865	354.495		22.680	73.853	96.533
MBMD	0	108.865	394.495		0	0	0
TOPLAM					22.680	74.291	96.971
2.YIL							
UNSURLAR	SÜRE GÜN	SABİT GİDERLER	DEĞİŞKEN GİDERLER		İŞLETME SERM. SABİT	İŞLETME SERM. DEĞİŞKEN	İŞLETME SERM. TOPLAM
İŞLETME MAL.	45	0	8.350		0	1.044	1.044
NAKİT İHTİYACI	75	174.955	566.116		36.449	117.941	154.390
MBMD	30	174.955	616.116		14.580	51.343	65.923
TOPLAM					51.029	170.328	221.356
3.YIL							
UNSURLAR	SÜRE GÜN	SABİT GİDERLER	DEĞİŞKEN GİDERLER		İŞLETME SERM. SABİT	İŞLETME SERM. DEĞİŞKEN	İŞLETME SERM. TOPLAM
İŞLETME MAL.	45	0	16.700		0	2.088	2.088
NAKİT İHTİYACI	60	286.987	1.085.062		47.831	180.844	228.675
MBMD	30	286.987	1.140.062		23.916	95.005	118.921
TOPLAM					71.747	277.936	349.683
4.YIL							
UNSURLAR	SÜRE GÜN	SABİT GİDERLER	DEĞİŞKEN GİDERLER		İŞLETME SERM. SABİT	İŞLETME SERM. DEĞİŞKEN	İŞLETME SERM. TOPLAM
İŞLETME MAL.	45	0	23.700		0	2.963	2.963
NAKİT İHTİYACI	45	343.833	1.613.599		42.979	201.700	244.679
MBMD	30	343.833	1.673.599		28.653	139.467	168.119
TOPLAM					71.632	341.166	412.798
5.YIL							
UNSURLAR	SÜRE GÜN	SABİT GİDERLER	DEĞİŞKEN GİDERLER		İŞLETME SERM. SABİT	İŞLETME SERM. DEĞİŞKEN	İŞLETME SERM. TOPLAM
İŞLETME MAL.	45	0	30.600		0	3.825	3.825
NAKİT İHTİYACI	30	822.311	2.379.752		68.526	198.313	266.839
MBMD	30	822.311	2.444.752		68.526	203.729	272.255
TOPLAM					137.052	402.042	539.094

4. MALİ İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

4.1. Mali Değerlendirmeye Yönelik Varsayımlar

Mali inceleme ve değerlendirmede kabul edilen varsayımlar aşağıda verilmiştir.

- Yatırımın ekonomik ömrü 20 yıl olarak kabul edilmiştir.
- Bütün hesaplamalar TL cinsinden yapılmıştır. Döviz harcamalarında; Merkez Bankası 25.02.2015 tarihli döviz satış kuru $1\text{€}=2,803\text{-TL}$, $1\text{USD}=2,4679\text{-TL}$, olarak hesaplamalarda dikkate alınmıştır. Kur farkı ve fiyat artışı hesaplanmamıştır.
- Tesisin finansmanı ihtiyacı özsermaye ile karşılanacaktır.

4.2. Yatırımın Finansman İhtiyacı ve Kaynakları

Tablo 21: Toplam Finansman İhtiyacı ve Kaynakları Tablosu (TL)

TOPLAM FİNANSMAN İHTİYACI	KÜMÜLATİF		1	2
	TOPLAM	İÇ	İÇ	İÇ
A - Arsa Yatırımı	0	0	0	0
B - Sabit Tesis Yatırımı	4.050.663	4.050.663	3.587.183	463.480
C - Finansman Giderleri	0	0	0	0
Sabit Yatırım Toplamı	4.050.663	4.050.663	3.587.183	463.480
D - İşletme Sermayesi Yatırımı	73.941	73.941	0	73.941
E - Bağlı Değerler	416.355	416.355	392.041	24.314
GENEL YATIRIM TUTARI (TOPLAM FİNANSMAN İHTİYACI)	4.540.959	4.540.959	3.979.224	561.735

TOPLAM FİNANSMAN KAYNAKLARI		KÜMÜLATİF		1	2
		TOPLAM	İÇ	İÇ	İŞ
A - Özkaynaklar	100%	4.540.959	4.540.959	3.979.224	561.735
1 - Sermaye		4.540.959	4.540.959	3.979.224	561.735
B - Yabancı Kaynaklar	0%	0	0	0	0
1-Orta ve Uzun Vadeli Borçlar		0	0	0	0
1.1 - Orta ve Uzun Vadeli Banka Kredileri		0	0	0	0
		0	0	0	0
		0	0	0	0
TOPLAM FİNANSMAN KAYNAKLARI		4.540.959	4.540.959	3.979.224	561.735

4.3. Proforma Gelir ve Giderler

Uzun vadeli finansal planlamalarda, proforma gelir tablosu kullanılır.

Tablo 22: Proforma Gelir Tablosu (TL)

AÇIKLAMALAR / YILLAR	3	4	5	6	7	8	9	10	11
KKO									
1 - Proje Gelirleri	87.975	342.220	874.905	1.955.850	4.690.400	4.690.400	4.690.400	4.690.400	4.690.400
2 - Satılan Malın Maliyeti	794.507	1.025.838	1.532.673	2.062.681	3.387.133	3.387.133	3.387.133	3.387.133	3.387.133
3 - Brüt Kâr / Zarar	(706.532)	(683.618)	(657.768)	(106.831)	1.303.267	1.303.267	1.303.267	1.303.267	1.303.267
4 - Geçmiş Yıllar Zarar Toplamı	0	(1.390.151)	(2.047.919)	(2.154.749)	(2.154.749)	(851.483)	0	0	0
5 - Geçmiş Yıllar Zarar Mahsubu	0	0	0	0	1.303.267	851.483	0	0	0
6 - Kurumlar Vergisi Matrahı	0	0	0	0	0	451.784	1.303.267	1.303.267	1.303.267
7 - Kurumlar Vergisi Katkısı	80%	0	0	0	0	72.285	208.523	208.523	208.523
8 - Kurumlar Vergisi	20%	0	0	0	0	18.071	52.131	52.131	52.131
9 - Net Kâr / Zarar	(706.532)	(683.618)	(657.768)	(106.831)	0	433.712	1.251.136	1.251.136	1.251.136
10 - I.Tertip Kanunı Yedek Akçe	5%	0	0	0	0	21.686	62.557	62.557	62.557
11 - Dağıtılabilir Kâr	0	0	0	0	0	412.027	1.188.579	1.188.579	1.188.579
12 - I. Kar Payı (Sermayenin %5'i)	0	0	0	0	0	227.048	227.048	227.048	227.048
13 - Kullanılabilir Kâr	0	0	0	0	0	184.979	961.531	961.531	961.531

Not:Proforma gelir tablosu; işletmenin tahmin edilen hesap döneminde elde edeceği gelirler ile yapması beklenen giderleri tasnifli bir şekilde gösteren ve söz konusu dönem faaliyetlerinin sonucunu kar ya da zarar olarak özetleyen tablodur. Yani işletmenin gelecek dönemlere ilişkin gelir ve giderlerinin tahmin edilmesinde kullanılmaktadır.

4.4. Proforma Nakit Akımları

Proforma nakit akımları tablosu, işletmenin gelecek hesap dönemlerinde sağlayacağı tahmin edilen nakit girişleri ile nakit çıkışları arasındaki farkı gösteren bir tablodur.

Tablo 23: Proforma Nakit Akım Tablosu (TL)

AÇIKLAMALAR / YILLAR	3	4	5	6	7	8	9	10	11
KKO									
A - Nakit girişleri	87.975	342.220	874.905	1.955.850	4.714.929	4.827.737	4.827.737	4.807.553	4.690.400
1. Proje Gelirleri	87.975	342.220	874.905	1.955.850	4.690.400	4.690.400	4.690.400	4.690.400	4.690.400
- Yurtiçi Satış Geliri	87.975	342.220	874.905	1.955.850	4.690.400	4.690.400	4.690.400	4.690.400	4.690.400
- Yurtdışı Satış Geliri	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2 - İ.K.D.V.					24.529	137.337	137.337	117.153	0
B - Nakit Çıkışları	479.087	789.018	1.280.354	1.978.967	2.973.693	2.973.693	3.218.812	3.252.872	3.252.872
1 - İşletme Dön.Yatırım Harcamaları	98.020	176.620	161.122	329.727	0	0	0	0	0
2 - İşletme Dönemi Giderleri	381.067	612.398	1.119.233	1.649.240	2.973.693	2.973.693	2.973.693	2.973.693	2.973.693
3 - Zorunlu Ödemeler	0	0	0	0	0	0	245.119	279.179	279.179
a . Kurumlar Vergisi	0	0	0	0	0	0	18.071	52.131	52.131
b . Temettü	0	0	0	0	0	0	227.048	227.048	227.048
4 - Kredi Ödemeleri	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a . Faizler	0	0	0	0	0	0	0	0	0
b . Anapara Geri Ödemeleri	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C - Nakit Farkı (A-B)	(391.112)	(446.798)	(405.449)	(23.117)	1.741.236	1.854.044	1.608.924	1.554.681	1.437.528
D - Borç Ödeme Gücü	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E - Brüt Nakit Akımı	(293.092)	(270.178)	(244.328)	306.610	1.741.236	1.854.044	1.854.044	1.833.860	1.716.707

4.5. Proforma Maliyetler

Tablo 24: Maliyet Tablosu (TL)

AÇIKLAMALAR / YILLAR	3	4	5	6	7	8	9	10	11
KKO									
Toplam Üretim Giderleri	353.467	576.898	1.079.083	1.602.440	2.916.493	2.916.493	2.916.493	2.916.493	2.916.493
Amortismanlar	413.440	413.440	413.440	413.440	413.440	413.440	413.440	413.440	413.440
Toplam Sınai Maliyet	766.907	990.338	1.492.523	2.015.881	3.329.933	3.329.933	3.329.933	3.329.933	3.329.933
Satış Giderleri	27.600	35.500	40.150	46.800	57.200	57.200	57.200	57.200	57.200
Finansman Giderleri	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Satılan Malın Maliyeti	794.507	1.025.838	1.532.673	2.062.681	3.387.133	3.387.133	3.387.133	3.387.133	3.387.133

4.6. Amortisman Hesabı

Tablo 25: Amortisman Tablosu (TL)

AMORTİSMANA TABİ KIYMET	DEĞERİ	AMORTİSMAN	
		ORANI	TUTARI
Bina-İnşaat	1.709.180	2,00%	34.184
Makine-Teçhizat	1.401.722	17,00%	238.293
Taşıtlar-Demirbaşlar	292.265	15,00%	43.840
Diğer	647.496	15,00%	97.124
TOPLAM	4.050.663	10,21%	413.440

AMORTİSMANA TABİ KIYMETLER		DEĞERİ
Sabit Tesis Yatırımı		4.050.663
Finansman Giderleri		0
Amortismana Tabi Sabit Kıymetler Toplamı		4.050.663
(-) Birikmiş Amortismanlar		0
Amortismana Tabi Tutulan Net Kıymet Tutarı		4.050.663
Ortalama Yıllık Amortisman Tutarı		413.440

YILLAR	AMORTİSMAN		YILLAR	AMORTİSMAN	
	TUTAR	BAKİYE		TUTAR	BAKİYE
3	413.440	3.637.223	1	0	0
4	413.440	3.223.782	2	0	0
5	413.440	2.810.342	3	0	0
6	413.440	2.396.901	4	0	0
7	413.440	1.983.461	5	0	0
8	413.440	1.570.020	6	0	0
9	413.440	1.156.580	7	0	0
10	413.440	743.139	8	0	0
11	413.440	329.699	9	0	0
12	329.699	0	10	0	0
0	0	0	Toplam	4.050.663	

4.7. Net Bugünkü Değer ve Geri Ödeme Süresi

Bir projenin net bugünkü değeri, o projenin gelecekteki nakit giriş ve çıkışlarının bugünkü değerleri arasındaki farkın toplamı olarak tanımlanır. Bu yöntemle göre net bugünkü değer pozitif ise ($NBD > 0$) yatırım yapılır, net bugünkü değer negatif ise ($NBD < 0$) yatırım yapılmaz. Eğer net bugünkü değer sıfıra eşit ise ($NBD = 0$) bu noktada yatırımcı yatırımın diğer avantajları ya da dezavantajlarına göre yatırım hakkında kararını verir.

Aşağıdaki tablodan anlaşıldığı gibi, net bugünkü değer pozitif olduğundan, yatırım kararı verilebilir görülmektedir.

Tablo 26: Finansal Değerlendirme Sonuçları

NET BUGÜNKÜ DEĞER							TL	ISKONTO : 8%		
Yıllar	Sabit Yatırım	İşletme Sermayesi	Vergi Öncesi (Brüt) Kar	Amortisman	Faiz Ödemesi	Vergi Ödemesi	Hurda Değeri	Net Nakit Akım (NNA)	İskonto Edilmiş NNA	
1	3.587.183	0	0	0	0	0	0	(3.587.183)	(3.321.466)	
2	463.480	73.941	0	0	0	0	0	(537.421)	(460.752)	
3	0	98.020	(706.532)	413.440	0	0	0	(391.112)	(310.478)	
4	0	176.620	(683.618)	413.440	0	0	0	(446.798)	(328.410)	
5	0	161.122	(657.768)	413.440	0	0	0	(405.449)	(275.942)	
6	0	329.727	(106.831)	413.440	0	0	0	(23.117)	(14.568)	
7	0	0	1.303.267	413.440	0	0	0	1.716.707	1.001.682	
8	0	0	1.303.267	413.440	0	18.071	0	1.698.636	917.720	
9	0	0	1.303.267	413.440	0	52.131	0	1.664.576	832.703	
10	0	0	1.303.267	413.440	0	52.131	0	1.664.576	771.021	
11	0	0	1.303.267	413.440	0	52.131	0	1.664.576	713.908	
12	0	0	1.387.008	329.699	0	55.480	0	1.661.227	659.696	
13	0	0	1.716.707	0	0	68.668	0	1.648.039	605.980	
14	0	0	1.716.707	0	0	120.057	0	1.596.650	543.597	
15	0	0	1.716.707	0	0	343.341	0	1.373.366	432.942	
16	0	0	1.716.707	0	0	343.341	0	1.373.366	400.872	
17	0	0	1.716.707	0	0	343.341	0	1.373.366	371.178	
18	0	0	1.716.707	0	0	343.341	0	1.373.366	343.683	
19	0	0	1.716.707	0	0	343.341	0	1.373.366	318.225	
20	0	0	1.716.707	0	0	343.341	0	1.373.366	294.653	
21	0	0	1.716.707	0	0	343.341	0	1.373.366	272.827	
22	0	0	1.716.707	0	0	343.341	0	1.373.366	252.618	
23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NET BUGÜNKÜ DEĞER				4.050.663						4.021.692
GERİ ÖDEME SÜRESİ		7 Yıl 2 Ay								
İÇ VERİMLİLİK (IRR)		14,63 %								
FAYDA/MASRAF		2,06								

İç karlılık projenin net bugünkü değerini sıfır yapan iskonto oranıdır. İç karlılık oranı projenin nakit girişleri ile nakit çıkışlarını birbirine eşitleyen iskonto oranıdır. Projenin iç karlılık oranı % 14,63'dür.

Geri ödeme süresi, bir yatırımın sağladığı nakit akımlarının, kaç dönem sonra söz konusu yatırım için kullanılan fon çıkışına eşit olacağını gösteren süredir. Projenin geri ödeme süresi 7 yıl 2 aydır.

5. RİSK DEĞERLENDİRMESİ

Duyarlılık Analizi

Duyarlılık analizi çözümün, değişkenlerdeki veya girdi değerlerindeki değişikliklere karşı nasıl etkilendiğini gösterilmesidir.

Projenin risk analizinde, işletme gelirleri ve işletme giderleri olmak üzere iki kritik değişkenin belirleyici olduğu görülmektedir. Bu nedenle, iki farklı senaryoda duyarlılık analizi yapılmıştır.

1.Senaryo -İşletme Giderleri projede öngörülenden % 10 daha yüksek olacaktır.

2.Senaryo - İşletme Gelirleri projede öngörülenden % 10 daha düşük olacaktır.

Senaryoların sonuçları proje değerleriyle kıyaslamalı olarak aşağıda tablo halinde özetlenmiştir. Hesaplamalarda iskonto oranı %8 alınmıştır.

Tablo 27: Risk Analizi Sonuçları

Analiz Unsurları	Proje	Gider+%10	Gelir-%10
Net Bugünkü Değer (TL)	4.021.692	2.351.485	1.640.149
Fayda Maliyet Oranı	2,06	1,62	1,43
İç Karlılık Oranı (%)	14,63	12,07	10,99
Geri Ödeme Süresi	7 Yıl 2 Ay	8 Yıl 2 Ay	8 Yıl 7 Ay

İşletme gelir ve giderlerinde oluşabilecek değişiklikler dikkate alınarak yapılan duyarlılık analizinin sonuçlarına göre; projenin gelire duyarlılığı, gidere göre kısmen daha yüksektir. Yani, proje giderlerindeki yüzdeler artış, proje gelirlerindeki yüzdeler azalışa göre proje sonuçlarını daha olumsuz etkilemektedir. Bununla beraber her ne kadar proje gelir ve gider değişimlerine bir ölçüde duyarlı olsa da işletme gelir ve giderlerinde oluşabilecek %10'luk değişimler net bugünkü değeri pozitif yapmakta ve geri ödeme sürelerini çok fazla değiştirmemektedir.

6. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Türk hazır giyim sektöründe üretim yapan işletmelerin ve özelliklede KOBİ'lerin, dünya pazarlarına ulaşabilmenin vazgeçilmez unsurlarından biri de ürün tasarımına önem vermeleri gerekmekte olup, bunun yolu da sektöre yönelik nitelikli eğitimden geçmektedir. Geçmiş yıllarda işletmelerin sıradan bir fonksiyonu olarak görülen tasarım, bugün kurumsal stratejilerin belirlenmesinde, kurumsal kimlik oluşturulmasında ve stratejik konumlandırmada en etkin ve belirleyici bir unsur olmuştur. Dolayısıyla Türk Hazır Giyim Sanayi'nin dünya da söz sahibi olması için; uluslararası rekabeti göğüsleyecek özgün tasarım anlayışı ve tasarım eğitimi benimsemek ve tasarım kültürünün geliştirilmesini sağlamaktır.

Bursa'nın tekstil ve hazır giyim sektörünün Türkiye içindeki gelişmiş durumu göz önüne alındığında, maalesef mevcut durumda moda tasarım eğitimine yönelik yeterli düzeyde endüstri ile uyumlu ve nitelikli eğitimin olmadığı, diğer yandan moda tasarımcı talep potansiyelinin de olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Merkezin eğitim ve diğer hizmetlerine yönelik talebin kısa sürede oluşmasında da sıkıntıların olacağı düşünülmektedir. Bu durumda, Bursa'da faaliyet gösteren şirketler ile ortakların gerek yatırım aşamasında ve gerekse faaliyete geçtikten sonra moda ve tasarım merkezini desteklemeleri gerekliliği de ortaya çıkmaktadır. Doğal olarak da sonuçta; Bursa'da kurulacak Merkezin sektör ile işbirliği içinde ve ihtiyacına göre nitelikli bir eğitim programı ve diğer hizmetlerin uygulaması ile başarılı olacaktır.

Proje teknik açıdan değerlendirildiğinde, UHKİB tarafından planlanan, faaliyetleri BUTEKOM tarafından yürütülecek olan Moda ve Tasarım Merkezi Projesinde öngörülen hizmetlerin yerine getirilmesinde temel girdi, insan kaynağıdır. Eğitim dışındaki hizmetlerin yürütülmesinde, organizasyon işlerinde BUTEKOM'un yeterli tecrübesi mevcuttur. Merkezin temel kuruluş amacı olan sektörün ihtiyaç duyduğu yetişmiş, nitelikli tasarımcı eğitimlerinin gerçekleştirilmesi üçüncü yıldan itibaren gerçekleştirilebilecektir. Merkezin, bu dönemlik akademik programının devreye girmesinden önce yapılacak faaliyetlerin geliri, faaliyet giderlerini karşılayacak güçte görünmemektedir. Akademik programın başlatılacağı sürece kadar olan bu dönemde merkezin finansal olarak desteklenmesi gerekecektir. Sektör tasarımcıları için başlatılacak dönemsel akademik programın hedeflenen düzeyde yeterlilik kazandırması için, oldukça iyi kurgulanmış, nitelikli kişilerce ve gerekirse uygulamalı olarak verilmesi ve eğitim programının seçimi, temini sürecinin detaylı araştırılması gereklidir. Tam kapasitede öngörülen faaliyetlerin tamamının öngörülen düzeyde gerçekleştirilebilmesi, çalışanların bilgisi, becerisi, motivasyonu, tecrübesi, organizasyon yeteneği, sektör bilgisi, maddi-mesleki tatmini ve optimum düzeyde iyi yönetimi ile mümkündür.

Bunun yanında öngörülen finansman ihtiyacının da zamanında, yeterli miktarda sağlanması ve ilk üç yılda hedeflenen amaçlardan uzaklaşmaması, tam motivasyonla faaliyetlere devam edilmesi gerekir. İnsan kaynağının niteliği ve yönetimi ile finansman ihtiyacının zamanında ve yeterli şekilde karşılanması, akademik program uygulamasının

ihtiyaca uygun şekilde temin edilmesi ve uygulanması durumunda, yatırımın gerçekleştirilmesi ve sürdürülmesi teknik açıdan mümkündür.

Proje finansal açıdan değerlendirildiğinde; projenin tamamının öz kaynaklarla finanse edileceği kabul edilmiştir. Ekonomik ve teknik değerlendirmeler kapsamında projenin Net Bugünkü Değeri pozitif olarak hesaplanmıştır. Ayrıca, projenin geleceğe yönelik proforma çalışmalarında zaman zaman zararlar görülmekle birlikte, projenin nakit akışları dikkate alındığında, nakit akışlarının bir yıl dışında pozitif olarak seyir ettiği görülmektedir. Bu yılın nakit açığı ise bir önceki ve/veya bir yıl sonraki nakit farkı ile kapatılabilmektedir. Proje kapsamında yapılan duyarlılık analizleri de projenin gelir ve gider değişimlerinden fazla etkilenmeyerek finansal göstergelerinin bozulmadığını göstermiştir. Mevcut veriler kapsamında söz konusu proje sürdürülebilir olarak değerlendirilmekte olup, bu projenin gerçekleştirilmesi uygun görülmektedir.

EKLER

EK 1: Dünya da Moda Tasarım Merkezleri

Tekstil Moda Merkezi	Ülke	Kurulum Senesi	Kurucular	Faaliyetleri	Eğitimler	Projeler
Fashion Institute of Technology SUNY	ABD	1951	ABD New York yerel hükümeti	- 1 veya 2 yıllık kısa eğitimler - Lisans - Yüksek Lisans	Textile/Surface Design birimi altında (erkek giyim, kadın giyim, tekstil tasarımı, tekstil bilimi, tekstil teknolojisi)	
China Academy of Art	Çin	1928	Çin hükümeti	- Lisans - Yüksek Lisans - Doktora		
Nelly Rodi	Fransa		Özel	- Moda trendlerin toplanması ve yayımlanması (dergi)		
International Fashion Academy	Fransa	1982	Özel (Paris'te, İstanbul'da ve Shanghai'de); İstanbul'da Boğaziçi Üniversitesi kampüsünde.	- Lisans - Yüksek Lisans	- Moda tasarımı ve teknoloji lisansı - Moda pazarlama - Moda lüks marka yönetimi	Endüstriyel projeler, örnek çalışmalar, işbirliği proje geliştirmek, organizasyonlar (IFA Paris Fashion Show)
ESMOD	Fransa	1841	Özel (Paris, Bordeaux, Lyon, Rennes, Roubaix)	- Lisans - Yüksek Lisans - Kısa süreli yoğunlaştırılmış eğitimler	- Moda tasarımı (endüstriye yönelik eğitimler)	Organizasyonlar (defile, şov, tanıtım), uluslararası şirketler ile ortak projeler
Keller Konsultant	Fransa	1999	Özel (trend eğilimleri çıkarmak)	Kadın ve erkek giyiminde 18 ay sezona başlamadan önce trend eğilimleri çıkarmak. Renk trendlerini çıkarmak		

Kaynak: BUTEKOM Derlemeleri

Ek 1'in devamı

Tekstil Moda Merkezi	Ülke	Kurulum senesi	Kurucular	Faaliyetleri	Eğitimler	Projeler
National Institute of Fashion Technology	Hindistan	1986	Hindistan Hükümetin, Tekstil Bakanlığı,			
Pearl Academy	Hindistan	1994	Özel (Delhi, Mumbai, Chennai, Noida, Jaipur)	- Lisans - Yüksek Lisans - Kısa süreli yoğunlaştırılmış eğitimler	- Moda tasarımı - Moda stil ve imaj tasarımı - Moda yönetimi - Moda pazarlaması - Moda için tekstil tasarımı	Endüstriyel projeler ve ortaklıklar, www.pearlacademy.com/placements
University of Arts London	İngiltere	2004	Özel (6 kolej ve 3000 akademik personel)	- Lisans - Lisans üstü (toplam 6 kolej ve 19000 kişi okuyor)	Tekstil Tasarım Programı vs.	Endüstri danışmanlıkları ve işbirlikleri
Aitex	İspanya	1985	Valencia Yerel Hükümeti	- Trend araştırmaları - Üretici ve tedarikçilerin araştırılması (yönetim, tasarım ve Pazar) - Tasarım, iç mimarlık		Ortak projeler (Institute of Ceramic Technology (ITC), Aitex ve Technological Institute of Furniture, Wood, Packaging and Related Industries (AIDIMA))
Instituto Marangoni	İtalya	1935	Özel (Milan, Londra, Paris, Shangai)	- Lisans - Yüksek Lisans - Kısa süreli yoğunlaştırılmış eğitimler	- Erkek giyim tasarımı - Kadın giyim tasarımı - Örme giyimleri - Dijital moda tasarımı	
Domus Academy	İtalya	1982	Özel	- Lisans - Yüksek Lisans	- Moda okulu - Tasarım okulu - Kısa süreli eğitimler	endüstriyel ortak projeler ve çalıştaylar (http://www.domusacademy.com/site/home/industry-relations.html)
NABA (Nuova Accademia di Belle Arti)	İtalya	1980	Özel (Milano'da yerleşmekte Türkiye Bilgi Üniversitesi ile ortak programı bulunmaktadır)	- Lisans -Yüksek lisans - Kısa süreli sektöre yönelik eğitimler	- Moda tasarımı - Tekstil ve moda tasarımı - Kısa süreli eğitimler -Trend çıkarma eğitimleri - Moda stili	

Ek 1'in devamı

Tekstil Moda Merkezi	Ülke	Kurulum senesi	Kurucular	Faaliyetleri	Eğitimler	Projeler
Istituto di Moda Burgo (IBM)	İtalya	1961	Özel (Fernando Brugo tarafından kuruldu, İstanbul ofisi bulunmaktadır)	Kısa süreli eğitimler	- Moda stilisti - Moda tasarımı - Desen tasarımı - Elbise yapımı - Müşteriye özel programlar	
Haute Future Fashion Academy	İtalya/ Milan		İtalyan Moda Odaları	- Lisans - Yüksek Lisans - Kısa Süreli Eğitimler		Organizasyonlar (Milano'da Moda Haftası; Pret-a-Porte Koleksiyonu)
Moda Pelle Academy Milano	İtalya/ Milan					
LaSalle College	Kanada Türkiye	1959 Kanada (1993 Türkiye)	Özel uluslararası şirket, merkezi Kanada'da	- Lisans	- Moda okulu - Tasarım okulu	
Citeve (Teknoloji ve Tekstil Endüstri Merkezi)	Portekiz	1989		- Trend araştırmaları - Premier vizyon - Koleksiyon geliştirilmesi - Stand ve trend alanların düzenlenmesi - Moda Tasarım		- Intelmoda (rekabetçiliği artırmaya yönelik)
Dizayn ve Teknoloji Üniversitesi	Rusya	1930	Rusya	- Lisans - Yüksek Lisans - Doktora - Kısa süreli yoğunlaştırılmış eğitimler	- Dizayn Enstitüsü altında	
İstanbul Moda Akademisi	Türkiye	2007	İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)	- Eğitim - Endüstri ve Tasarım Projeleri - Kütüphane hizmetleri - Online trend tahminleri inceleme	- Akademik Programlar - Profesyonel Gelişim Programları - Kısa Eğitimler - Kurumsal Eğitimler - Talk Mode - Yaz Okulu	Mudo, Mavi Jeans, Ozak Denim, Orijin Deri, White Project, Derin Project
İstanbul Teknik Üniversitesi Moda Tasarım Bölümü	Türkiye	2004	İTÜ/SUNY	- Lisans	SUNY Fashion Institute of Technology ile ortak program (2 yıl türkiye 2 yıl ABD ve 1 yıl ABD'de çalışma imkanı)	
WGSN	Uluslararası	1998	Özel Uluslararası şirket	- Moda Trend araştırmaları (300 kişi bu alanda çalışıyor) - Dünya ve yerel pazar araştırmaları ve analizi - Ürün tasarımı		

Ek 2: Moda Tasarımı Meslek Yüksekokulları - 2014 (Önlisans)

Üniversite	Yüksekokul	Bölüm	Kont.
1 Adnan Menderes Üniversitesi	Söke Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ	80
2 Afyon Kocatepe Üniversitesi	Dinar Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	40
3 Akdeniz Üniversitesi	Serik Gülsün-Süleyman Süral MYO	Moda Tasarımı	20
4 Ankara Üniversitesi	Beypazarı Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	30
5 Ataşehir Adıgüzel MYO	Ataşehir Adıgüzel Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	30
6 Beykent Üniversitesi	Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	60
7 Celâl Bayar Üniversitesi	Salihli Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ	120
8 Çukurova Üniversitesi	Adana Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ	80
9 Dumlupınar Üniversitesi	Gediz Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ	180
10 Ege Üniversitesi	Emel Akın ve Bayındır MYO	Moda Tasarımı+İÖ	110
11 Erzincan Üniversitesi	Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	30
12 Faruk Saraç Tasarım MYO	Faruk Saraç Tasarım MYO	Moda Tasarımı	65
13 Gaziosmanpaşa Üniversitesi	Erbaa Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	30
14 Giresun Üniversitesi	Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	50
15 İstanbul Arel Üniversitesi	Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ	108
16 İstanbul Aydın Üniversitesi	Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ	150
17 İstanbul Gelişim Üniversitesi	İstanbul Gelişim Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ	98
18 İstanbul Kavram MYO	İstanbul Kavram Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	40
19 İstanbul Kültür Üniversitesi	İşletmecilik Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	50
20 İstanbul Şişli MYO	İstanbul Şişli Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	90
21 K.Maraş Sütçü İmam Üniversitesi	Kahramanmaraş Meslek Y.O.	Moda Tasarımı	50
22 Maltepe Üniversitesi	Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	22
23 Marmara Üniversitesi	Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ+UÖ*	60+50
24 Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Bucak Emin Gülmez Teknik Bilimler MYO	Moda Tasarımı	30
25 Mersin Üniversitesi	Tarsus Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	40
26 Niğde Üniversitesi	Bor Halil-Zöhre Ataman MYO	Moda Tasarımı	50
27 Nişantaşı Meslek Yüksekokulu	Nişantaşı Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ	90
28 Okan Üniversitesi	Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	40
29 Ordu Üniversitesi	Fatsa Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	40
30 Pamukkale Üniversitesi	Denizli Tek.Bil. MYO ve Buldan MYO	Moda Tasarımı+İÖ	130
31 Plato Meslek Yüksekokulu	Plato Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı +İÖ+ UÖ	50+80
32 Sakarya Üniversitesi	Ferizli Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ	80
33 Süleyman Demirel Üniversitesi	Gönen Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	30
34 Tunceli Üniversitesi	Tunceli Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı	30
35 Uşak Üniversitesi	Ulubey Meslek Yüksekokulu	Moda Tasarımı+İÖ	80
TOPLAM			2,173

(*) İÖ (ikinci Öğretim) ve UÖ (Uzaktan Öğretim)

Ek 3: Tekstil ve Moda Tasarım Fakülteleri - 2014 (Lisans)

Üniversite	Fakülte	Bölüm	Kont.
1 Anadolu Üniversitesi	Mimarlık ve Tasarım Fakültesi	Moda Tasarım	65
2 Atılım Üniversitesi	Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	20
3 Beykent Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Tekstil ve Moda Tasarım	75
4 Çanakkale Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Tekstil Tasarım	15
5 Çukurova Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Tekstil ve Moda Tasarım	26
6 Dokuz Eylül Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Moda Giyim Tasarım	20
7 Gazi Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Moda Tasarım	23
8 Gazi Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Tekstil Tasarım ve Üretim	36
9 Gaziantep Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	36
10 Gedik Üniversitesi	Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	40
11 Giresun Üniversitesi	Şebinkarahisar Uygulamalı Bilimler YO	Moda Tasarımı ve Konf.	114
12 Haliç Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Tekstil ve Moda Tasarım	40
13 Işık Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	26
14 İpek Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Tekstil ve Moda Tasarım	30
15 İstanbul Arel Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	37
16 İstanbul Aydın Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	50
17 İstanbul Bilgi Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	Moda Tasarım	
18 İstanbul Gelişim Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	
19 İstanbul Kemerburgaz Üniv.	Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	40
20 İstanbul Ticaret Üniversitesi	Mühendislik ve Tasarım Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	25
21 İstanbul Teknik Üniversitesi	Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fak.	Moda ve Tasarım	30
22 İzmir Ekonomi Üniversitesi	Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	40
23 Mimar Sinan G.S. Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Tekstil ve Moda Tasarım	20
24 Okan Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Moda Tasarımı	30
25 Selçuk Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Moda Tasarımı	8
26 Süleyman Demirel Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Tekstil Tasarım	
27 Yeditepe Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Moda ve Tekstil Tasarım	

Kaynakça

❖ Basılı Kaynaklar

- İSO (2010), **Hazır Giyim Sanayinde Hızlı Moda Kavramı ve Bir Model Önerisi**, Yrd. Doç. Dr. Vedat DAL - Muazzez GÜRPINAR, Doktora / Yüksek Lisans Tezlerine Sanayi Desteği Projesi, İstanbul
- Türk Tasarım Danışma Konseyi (2010), **Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planı**, Çalıştay, İstanbul
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2010), **İstanbul'da Moda Tasarım Sektörü, Temel Yapısal Özellikler, Fırsat ve Tehditler, Politika Önerileri**, Sektörel Araştırma Raporu, Senem KOZAMAN SOM Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul
- MÜSİAD (2009), **Moda Tasarımı**, Yrd. Doc. Dr. Kahraman ARSLAN, Araştırma Raporu, İstanbul
- T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi (2011), **Küresel Gelişmeler Işığında Türkiye'de Tekstil Sektörü ve Geleceği**, Ömer GÜLERYÜZ, Yüksek Lisans Tezi, Isparta
- UHKİB (2014), **Moda ve Tasarım Merkezi Fizibilite Etüd Projesi Başvuru Formu**, BEBKA 2014 Yılı Doğrudan Faaliyet Desteği (DFD), Bursa
- BTSO – BUTEKOM (2015), **Moda ve Tasarım Merkezi Fizibilitesine Yönelik Sunum**, 2015, Bursa
- T.C. Ekonomi Bakanlığı (2014), **Hazır Giyim Sektörü, Ev Tekstil Sektörü, Bebe Giyim Sektörü**, Sektör Raporları, İhracat Genel Müdürlüğü, Ankara
- Makale (2011), **Moda Hukukunda Yaşanan Güncel Gelişmeler ve Uygulamadaki Sorunlar**, Işık Özdoğan, LL. M ve Gökçe İzgi
- UİB (2013), **Bursa İli 2012 Yılı Dış Ticaret Değerlendirme Raporu**, Ar-Ge ve Pazara Giriş Şubesi, Alper KAYA Uzman, Bursa,
- Moda ve Tasarım Fizibilitesine yönelik; **İstanbul'da**; İstanbul Moda Merkezi (İMA), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi-Moda Tasarım Bölümü, WGNS **Bursa'da**; Yeşim Tekstil, Safran Tekstil, Bebetto, Elvin Tekstil firmaları ile yapılan görüşmeler (BUTEKOM tarafından bu görüşmeler rapor haline getirilmiştir),

❖ Web Siteleri

- www.itkib.org.tr
- www.ekonomi.gov.tr
- www.butekom.org.tr
- www.mtdbirlik.org.tr
- www.msgsu.edu.tr
- www.tüik.gov.tr
- www.istanbulmodaakademisi.com